

Храбан Т. Є. кандидатка філологічних наук,
доцентка, завідувачка кафедри іноземних мов,
Військовий інститут телекомунікації та
інформатизації імені Героїв Крут
<https://orcid.org/0000-0001-5169-5170>

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЕМОЦІЙ УКРАЇНСЬКИМИ КОРИСТУВАЧАМИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЗА ДОПОМОГОЮ КОНЦЕПТУ *ВІЙНА*

У статті за допомогою концепту ВІЙНА визначено особливості репрезентації емоцій українськими користувачами соціальних мереж на початок 2023 року. Доведено, що концепт ВІЙНА завжди інтегрує різноманітні емоційні смисли, але в період війни росії проти України відносна вага цих смислів різниться від інших історичних періодів завдяки особливому психоемоційному стану особистості та суспільства, що є знаковим представленням нації.

Ключові слова: емоційні смисли; концепт; дискурсивний аналіз; російсько-українська війна.

Вступ. Війна росії проти України стала тією значущою для українців подією, у рамках якої будуються «колективні емоційні орієнтації» [1], що представляють унікальні цілісні якості соціального колективу [2]. Останніми роками ідея колективних емоцій стає дедалі важливішою в таких дисциплінах, як філософія, соціологія, соціальна психологія, соціальна лінгвістика. При розгляді об'єднання людей як афективного суспільства, емоції розуміють як «афективні комплекси, що спрямовані на об'єкт або ситуацію, і які систематизуються за культурно встановленими та лінгвістично позначеними категоріями або прототипами, такими як, наприклад, страх, гнів, щастя, горе, заздрість, гордість, сором і провина» [2]. Концепція колективних емоцій ґрунтується на теоріях самокатегоризації та соціальної ідентичності. Соціальна категоризація виявляється в бажанні індивіда сприймати себе як члена соціально визначеної групи, а соціальна ідентичність, як результат процесу соціальної ідентифікації, визначається як усвідомлення своєї приналежності до певних соціальних груп та емоційна значущість, що супроводжує членство в групі [3].

Групові емоції розглядаються як заснована на приналежності до соціального колективу синхронна конвергенція афективного реагування індивідів на певну подію або об'єкт [2; 4]. Т. Кесслер і С. Холлбах підкреслюють, що «відмінною рисою між індивідуальними та груповими емоціями є те, що індивідуальні емоції зумовлені подіями, які пов'язані з персональної ідентичністю людини, тоді як групові емоції зумовлені подіями, які пов'язані із соціальною ідентичністю людини

як члена певної групи» [5]. Крім того, теорії міжгрупових емоцій постулюють, що поняття групових емоцій охоплює не тільки емоції, які виникають унаслідок ідентифікації з інгрупою, а й емоції, спрямовані на аутгрупи під час оцінювання соціальних об'єктів або подій із погляду їхніх наслідків для групи [6]. З цього погляду, існуючі в українському суспільстві домінуючі емоції стають важливими характеристиками населення України як «певні властивості групи реагувати емоційно подібним чином, мати однотипні афективні диспозиції та належати до тієї ж самої культури емоцій» [2].

С. фон Шеве й С. Ісмер виділили чотири ключові механізми, які позитивно впливають на виникнення колективних емоцій: 1) членство в групі як фактор довгострокового емоційного зближення та формування колективних спогадів за допомогою дискурсу; 2) стійкі групові почуття як рушійна сила виникнення валентно-конгруентних колективних емоцій; 3) соціальні норми як загальні компоненти оцінювання й механізми соціального контролю колективних емоцій; 4) культурні практики як агенти встановлення та поширення належних і очікуваних почуттів [2]. С. Стодулка, С. фон Шеве та С. Ісмер стверджують, що емоції пов'язані з тенденцією до дій в ракурсі породження мовленнєвих актів, вербальної комунікації і соціального обміну емоціями [2; 7]. Також слід згадати, що такі нормативні канони, як соціальна доречність та передбачуваність емоційної поведінки, підкріплюються специфічними для конкретної культури практиками вербальної комунікації для вираження емоцій та їхнього соціального

обміну [8], а представлення і передача емоційного досвіду за допомогою мови є важливим засобом ведення переговорів, забезпечення емоційного реагування на конкретні події та міжособистісної «валідації» відповідних емоцій у соціальних колективах [2].

Таким чином, мова є дієвим каталізатором для соціальної взаємодії, інтерсуб'єктивності та виникнення колективних емоцій, що дає змогу обґрунтувати значущість психолінгвістичного підходу до вивчення емоцій. Виходячи з твердження, що колективні емоційні орієнтації мають багате концептуальне наповнення [9], можна припустити, що вивчення емоційно наповнених концептів, яким, наприклад, є концепт *ВІЙНА*, дасть змогу доволі чітко окреслити колективні емоційні орієнтації українців.

У ракурсі емоційних теорій концепт розглядають як базове перцептивно-когнітивно-афективне утворення динамічного характеру, яке функціонує в пізнавальній і комунікативній діяльності індивіда відповідно до психічних процесів людини, і внаслідок цього за низкою параметрів відрізняється від понять і значень як продуктів наукового опису з позицій лінгвістичної теорії [10]. За такого підходу акцентується не стільки лексичний чи семантичний плани концептів, скільки емоції респондентів, їхня аксіологічна шкала та асоціації, які корелюються з тим чи іншим концептом, тобто такий аспект концепту, що містить у собі комплекс переживань, що пов'язаний зі словесним знаком концепту. Оскільки з плином часу концепти оновлюються на основі як втіленого досвіду сприйняття світу, так і історичної еволюції мови [11], колективні емоційні орієнтації також мають динамічну природу, вони гнучко реагують на поточні потреби в репрезентації та діях, розгортаються в часі, і можуть розглядатися як валідна характеристика певного історичного періоду розвитку суспільства.

Мета статті – за допомогою концепту *ВІЙНА* охарактеризувати особливості репрезентації емоцій українськими користувачами соціальних мереж на початок 2023 року.

Теоретичне підґрунтя. Значущими для цього дослідження стали роботи в галузі когнітивних теорій емоцій. С. фон Шеве з колегами [2; 12] у низці робіт зазначають, що

колективні емоції лежать в основі будь-якого суспільства. З метою концептуалізації феномена колективних емоцій та пояснення виникнення колективних емоцій на різних рівнях соціального пізнання, поведінки та соціальних практик, науковець акцентує увагу на соціальних та культурних аспектах емоцій, а саме: 1) індивідуальних проявів емоційного реагування; 2) культури і загальних знань; 3) ідентифікації із соціальним колективом. Підхід до розуміння емоцій, який запропоноване С. фон Шеве, прагне встановити баланс між протилежними підходами, в яких, з одного боку, існує «надмірна інтелектуалізація» емоцій і ставлення до них так само, як до мови, пізнання і концептуального мислення, що веде до ігнорування таких важливих аспектів емоцій, як їхня реактивність, агентність, афективна феноменологія й тілесна динаміка, а, з іншого боку, відбувається актуалізація афективних і фізіологічних аспектів емоцій і відмова брати до уваги такі фактори, як культура і соціальність [2; 12].

Експлікуючи багатогранну природу емоцій, С. фон Шеве визначає емоції як «ситуаційно- і культурно-специфічні концептуалізації та класифікації тілесних реакцій, оцінювально-спрямованих на конкретні об'єкти, зокрема історично зумовлені норми, цінності і соціальні очікування, з якими вони пов'язані» [12]. Науковець вказує також на існування афективної диспозиції, коли емоції відображають індивідуальні схильності, прив'язаності, біографії та втілений досвід, які не завжди характерні для соціально окреслених прототипів категорій емоцій. Цю суперечність між індивідуальними й колективними аспектами емоцій відображено в концепції репертуарів емоцій, що враховує процеси навчання емоціям, які відбуваються завдяки засвоєнню концепцій емоцій та їхніх прототипових ситуаційних зв'язків і оцінок, норм і правил, які стосуються, наприклад, експресивної поведінки, а також завдяки процесам реалізації та відтворення емоцій, які передбачають елементи новизни, змін і мінливості.

З. Ковессес, розглядаючи концепти емоцій як прототипові когнітивні моделі, підійшов до вивчення метафор, метонімії і конвергентних концептів як ментальних репрезентацій емоцій та елементів культурних моделей емоцій. Науковець представив структуру емоційних концептів як чотири множинності 1) концептуальних

метонімії; 2) концептуальних метафор; 3) конвергентних концептів; 4) когнітивних моделей [13; 14; 15].

Вивчення багатопланових аспектів емоцій (сенсомоторних, концептуальних, мовних і культурних) та взаємодії між ними було проведено науковцями К. Хоеманн, Ф. Ху, Л. Барретт [9], Р. Вінкельман, С. Коулсон, П. Ніденталь [16], С. Блом, Х. Аартс, Г. Семін [17] та іншими. У даній статті ми акцентуємо вплив ситуаційного контексту на динамічне моделювання концептів з більшим емоційним наповненням, де основним чинником є виокремлення різних аспектів досвіду.

Методи дослідження. Це дослідження спирається на теорію соціального конструктивізму, однією з тез якої є твердження, що категорії емоцій є продуктом соціальної реальності та є культурно відносними; аналогічним чином, концепти емоцій розвиваються через контекстуальні соціальні взаємодії, в яких мова відіграє важливу роль [9; 18]. Крім того, оскільки війни невід’ємні від словесних, дискурсивних практик, перевагу було віддано дискурсивному аналізу як методу дослідження. Дискурсивна парадигма відповідає новітній тенденції звертання дослідника до реальної людини та життєвих ситуацій. Перспективним у даному випадку є те, що, оскільки дискурс – міждисциплінарний об’єкт, то розширюється сфера контактів із суміжними дисциплінами. У дослідженні ми звернулися до дискурсивного аналізу, розробленого в руслі соціального конструкціонізму, напрямком дослідження якого є «всеосяжне практичне міркування» [19], – дискурсивної психології, яка дає можливість зосередитися на розлогії психологічній проблематиці, як пізнання, емоції, атитюди, цінності, упередження, пам’ять, мотиви [20]. Дискурсивна психологія – це найбільш емпірично-орієнтований підхід, який бачить предмет дослідження в соціальній площині, і спирається не на вивчення особистості безпосередньо, а на опосередковані свідчення тих чи інших установок і переконань, які виявляються в усній і письмовій мові [21], тобто цікавиться швидше не лінгвістичними особливостями, а риторичними практиками використання мови у соціальних взаємодіях. Його основне завдання – оцінити, наскільки ефективно люди, які є одночасно продуктами і творцями дискурсів, використовують існуючі

дискурси, обговорюючи свої погляди на світ, і які соціальні наслідки подібного використання у створенні та зміні соціокультурного контексту [21].

Одним із пріоритетів дискурсивної психології є те, що дослідження, які проводяться в її руслі, ґрунтуються на матеріалах, продукованих в природних, невимушених умовах. У цьому контексті соціальні мережі є найбільш підходящим середовищем для проведення досліджень. На думку прихильника «чистого» підходу Р. Діксона [22], потрібно збирати тільки спонтанні тексти, тому як матеріал дослідження було використано пости і коментарі до них, які були розміщені у період з липня 2022 по березень 2023 року у соціальній мережі Facebook користувачами, які у своїх акаунтах позиціонують себе громадянами України. В умовах війни головним чинником виникнення колективних емоцій, безумовно, є вплив на суб’єктів ідентичних подій, але у зв’язку з вибором соціальних мереж як середовища проведення дослідження мають значення такі аспекти, як 1) регулярна взаємодія з іншими членами групи та взаємний вплив на думки кожного; 2) поширення спільних цінностей і норм; 3) ідентифікація членів групи на підставі подібної оцінки ними подій, що мають стосунок до групи, та моделей їх емоційної поведінки, що розглядаються як конститутивні для членства у спільноті [4].

Обмеження. Це дослідження має низку обмежень. Насамперед, це стосується вибору методу дослідження. Конкретні методи дослідження (етнографічні спостереження, глибинні інтерв’ю, експерименти, стандартизовані опитування тощо) можуть допомогти у вивченні певних аспектів емоцій. Але під час проведення емпіричних досліджень існує ймовірність редуktivного тлумачення емоцій відповідно до конкретних епістемологічних обмежень, які неминуче виникають у кожному науковому методі [23]. Так, наприклад, дискурсивний аналіз здатний розкрити «лінгвістичне маркування або текстову репрезентацію різних категорій емоцій, але він не зможе дати уявлення про тілесні, афективні та емпіричні аспекти емоцій» [12]. Наступне обмеження пов’язане з вибором конкретного онлайн середовища для проведення дослідження. Оскільки дослідження проводилося в соціальній мережі Facebook, то можна стверджувати, що в полі зору здебільшого перебувала вікова

категорія 35+, яка є панівною в цій соціальній мережі.

Результати і обговорення. В даному дослідженні було проведено аналіз трьох послідовних етапів емоційного наповнення концепту *ВІЙНА*: 1) одержання інформації та первинне моделювання концепту за допомогою універсальних семантичних примітивів, у термінах яких усі аспекти значення в усіх мовах можуть бути чітко й наочно представлені [24]; 2) узагальнення наявної інформації та створення загальної класифікаційної системи знань; 3) формування індивідуального емоційного знання [25]. Кожен етап концептуалізації відповідає певному рівню когнітивної діяльності – емпіричному пізнанню, понятійному осмисленню та вторинному осмисленню [26].

В основі первинного рівня емпіричного емоційного пізнання лежить рецепція, унаслідок якого суб'єкт отримує первинне немовне знання [27], що надалі зазнає структурування через активізацію буквальних понять і метонімії та репрезентується на вербальному рівні емотивами (групами лексичних одиниць, які слугують для найменування, опису і висловлення емоцій), що передають:

– емоційні проєкції загальнонаціонального сприйняття війни, що ґрунтуються на найзагальнішій культурно-специфічній концепції, яка на мовному рівні є знаковим представленням нації, бо в ній втілено її історичне та культурне коріння, а також менталітет, світосприйняття, способи виживання [28]. Ці емоційні проєкції маніфестуються в розвінчанні міфологеми «братніх народів»: *Україна переживає велику трагедію, але у ній вона відкрила для себе неочікувані можливості. Можливості продемонструвати світу стійкість, волю, дух. І, будь-то нищення «нациків» бомбами у житлових кварталах, чи будь-то вдаване панібратство з «меншим братом» – Україна скористалася можливістю сповна* (FB). При цьому соціальні групи (колективи) виходять за рамки індивідуального пізнання та поведінки, створюють символічні та нормативні порядки смислотворення, що є важливим чинником емоційного зближення в плані узгодження когніцій, соціальної ідентичності, колективних намірів та експресивної поведінки, та які маніфестуються й обговорюються, наприклад, через соціальні інституції, практики, дискурс і мистецтво [29]: *Те, що*

вчинила росія, те, як веде себе настільки підло, нелюдяно, безпринципно, холодно і боягузливо, що український опір став символом боротьби за свободу та справедливість. Питання уже не стоїть у суто Україні. Мова не йде лише про тимчасово окуповані території. Йдеться навіть не про окрему націю, не про захист чийось інтересів. Зараз на вагах – цивілізація і хаос, розум і безумство. Людяність і здорові відносини протистоять одурманенню, зашореності, невігластву. Саме цим пояснюється така згуртованість довкола опору вторгненню (FB). Членство в групі підвищує ймовірність зіткнення з ідентичними емоційно значущими подіями або залучення до них [4], що не тільки впливає на безпосередню емоційну конвергенцію, а й формує колективні спогади [29], які, своєю чергою, підвищують схильність до повторюваної емоційної конвергенції [2]. Символічні практики спогадів і публічний дискурс можуть установити в суспільстві норми, які впливають на те, що пригадується, в який спосіб і з якими емоційними наслідками [30], що в поєднанні з груповою ідентифікацією може призвести до появи стійких афективних диспозицій або «емоційних установок» [31], які спрямовані на ін- або аутгрупи, наприклад, почуття приналежності, солідарності, ворожості чи образи [2]: *А ще даймо «руській мір» усюди, де він є. І почнемо з власної свідомості. Геть усе московське. Геть усе російське. Нехай ніщо не пов'яже нас зі Злом. Нехай люди, що втрачають близьких під ножами москви, не бачать на нас тавро катів* (FB). Як демонструють приклади, у ракурсі загальнонаціонального сприйняття війни акцентуються такі регуляторні характеристики, що відносяться до ширших явищ, ніж конкретна подія (війна). Центральну частину емотивного вказівного поля концепту *ВІЙНА* посідають специфічні оціночні диспозиції, тобто когнітивні схеми, що маніфестують негативне емоційне ставлення неприйняття (антипатію) з високою щільністю та інтенсивністю переживань, домінантою яких є небажання мати з росією щось спільне;

– емоційні проєкції особистісного контакту з травмуючими ситуаціями війни, що відображають емоційну залученість суб'єкта в інтеракцію, глибину їхнього контакту і гостроту проблем. У цьому аспекті емоційні проєкції загальнонаціонального

сприйняття війни отримують подальший розвиток, особистість засвоює соціальний досвід у тому вигляді, в якому він відповідає її індивідуальним особливостям [32]. Суспільні цінності, перш ніж стати особистими, мають бути не тільки зрозумілими, а й емоційно прийнятими в результаті співвіднесення зі своїми перевагами. Для пізнання, розуміння, переживання, споглядання світу людині недостатньо спостереження, необхідна участь [13; 14; 15]. Чимало особистісних емоційних моделей концепту *ВІЙНА* мають структуру, схожу на сценарій. Такі сценарні ментальні структури репрезентують емоційне наповнення концепту у вигляді коротких динамічних історій (тобто міні-оповідей), які починаються, як правило, з певної причини для емоції та закінчуються етапом, схожим на дію, з кількома іншими етапами між ними [13; 14; 15]. При цьому особливого значення набуває розуміння людиною як конкретних ситуацій залученості в явища і події війни, так і їхнього місця в системі життєдіяльності: *Я не знаю з чого почати. Пишу, а думки плутаються... Сьогодні я побачив Пекло зсередини. Іноді нам здається, що війна поруч, але нас не стосується. Або стосується, але пройде повз. Я розповім вам сьогоднішню історію. Те, що трапилося на сусідній із нами вулиці... Історію несправедливості та фатуму, який тягнє над нашим життям. Історію, перед якою меркнуть трагедії Есхіла... Жила-була сім'я. Сьогодні в їхній будинок прилетіла російська ракета. Воронка, яку ви всі бачили на фотографіях, приблизно 8 на 10 метрів. Люди буквально випарувалися. Бабуся Алла, мама Наташа, донька Василина і хлопчик Іван. І маленький песик Джек. Ні. Я буду відвертим до кінця. Деякі не просто випарувалися. Їх знайшли в сусідів на дахах. На сусідніх вулицях. А коли приїхали рятувальники, то на руїнах сидів старий пес Крим. І вив... (FB). Проекції особистісного контакту маніфестують таку емоційну залученість у події, що відбувалися під час війни: гнів і його деривації (*Я хочу тільки одного. Щоб ті, тварюки, яких наші оточують під Лиманом, відповіли за все сповна. Не потрібно писати про Божу кару. Нехай Боженька відпочине. Тільки сила нашої помсти має значення (FB), горе и тривога (Просто настроїй такий – тривожне очікування... наша армія не така, що її можна розтерти одним ударом, хай навіть**

*ядерним... Але. Просто боюся – бо скільки ще життів... Скільки дітей не повернуться додому. Скільки котів не дочекаються господарів. Скільки дзвінків будуть без відповідей (FB), вдячність (Сьогодні ми не ремствуємо «уже три години поспіль немає світла», сьогодні ми говоримо «хлопці, та як ви за день справилися – дякуємо, що на ніч дали електрику!»). Хлопці та дівчата з ДСНС тримають другий фронт, подяка їм (FB). Таке спрямування емоційної залученості стає чинником протестної поведінки, що маніфестується в соціальних мережах через прагнення досягти віддалену в часі мету, незважаючи на перешкоди та труднощі: *На місці росіян я боявся б людей, які воюють у темряві. На місці росіян я б остерігався людей, що співають у бомбосховищах. На місці росіян я б тримався подалі від людей, що садять дерева у війну. Боявся б людей, що під обстрілами ведуть своїх собак. Людей, які під обвалами шукають котів. Якщо вони так люблять свою землю, якщо вони так люблять своїх тварин, на що вони здатні задля своїх дітей? (FB);**

– емоційні проекції війни, які будуються шляхом апеляції до значущого фрагмента образу світу у свідомості суб'єктів через найменування конкретних предметів, явищ, ключових характеристик подій-стимулів. При цьому важливе значення має критерій прототипності. Прототипові культурні моделі не обов'язково є соціологічно реальними (тобто не є концептами, які найчастіше трапляються в суспільстві), і вони не обов'язково істинні для всього світу – вони являють собою ідеалізовані концептуалізації того чи іншого аспекту досвіду в конкретній культурі [13; 14; 15]. У свідомості людини відбувається актуалізація готових оцінок і прив'язування (асоціювання) їх із конкретними емоційними станами, що спливають у свідомості людини з минулого негативного досвіду: *Чи зустрічалися вам в троллейбусі бабусі, які лізуть туди зі своїми клунками. Вона ляпає своєю брудною смердючою торбою вам на ногу. Ви ще не забрали ногу з-під торби, ні слова їй не кажете, а вона уже до вас «нечева стаять под нагамі, здесь люди ходять!»). Це дрімучий совок, який нищить усе адекватне, примножуючи хворе. Хворі і аморальні люди змоги піднятися за епохи совка, вони ж і продовжують формувати курс Росії (FB). Як доводить цей приклад, прототиповою культурною моделлю війни є представники старого світу, які*

зображуються в глузливо-презирливому стилі.

На другому рівні концептуалізації відбувається понятійне осмислення, за якого індивідуальний емоційний характер сприйняття переходить у єдине структурно-організоване емоційне знання. Базова концептуалізація емоцій на рівні понятійного узагальнення здійснюється з метою створення всеосяжної класифікаційної системи емоційного знання, що дає змогу представити всі концептуальні простори дійсності в його цілісності. Аналіз цього стає можливим завдяки абстрагуванню від несуттєвих ознак і виявленню базових характеристик і реляцій, зафіксованих у свідомості суб'єкта пізнання [33], що на мовному рівні здійснюється завдяки виявленню слів, які мають особливе значення для творців дискурсу. Ці слова є найбільш місткими поняттями, зв'язок з якими має максимальну вірогідність відтворення емоційних проєкцій війни, а семантичні поля яких мають максимальну вірогідність багаторазового перетину із семантичними полями найменувань конкретних предметів, явищ, ключових характеристик подій війни. При цьому важливо зазначити, що динамічна природа концептів передбачає, що тільки частина семантичного поля активна в конкретний період часу [16], і це надає концепту особливого історично-часового колориту. На кінець 2022 року основною характеристикою концепту *ВІЙНА* для українських користувачів соціальних мереж стає структурно-організоване емоційне знання *ВИПРОБОВУВАННЯ*. Слід зазначити, що таке понятійне осмислення несе в собі етичне і моральне навантаження, і відбувається на рівні християнського розуміння сенсу життя, що полягає у набутті особистістю ще на землі богоподібних духовних цінностей, а випробування розглядається лише як засіб досягнення цієї мети: *Ця трагедія – це одна можливість для кожного українця пишати своєю землею. Якщо хто раніше ще не робив цього – саме час почати. Для цього навіть не обов'язково потрібно перебувати безпосередньо в нашій частині світу, адже добро, любов, прагнення справедливості, свобода – це є речі, які об'єднують насправді...* (FB).

Третій, інтерпретативний, рівень концептуалізації зосереджений на ролі культури та загальних смислів, при цьому акцент робиться на загальній тенденції членів групи реагувати емоційно схожим

чином, мати подібні афективні диспозиції та належати до однієї й тієї самої культури емоцій [2]. Цей етап вимагає додаткових ситуативних підказок і знань, специфічних для даної культури [29]. Завдяки спільним стратегіям інтерпретації формується система емоційного знання та мовна система класифікації, яка прийнята для тієї чи іншої культури як система репрезентації концептуально-суттєвих емоційних знань, універсальний порядок мовних категорій, що охоплює переважно базову концептуалізацію предметної області як ключового формату вербальної об'єктивації емоційного концепту [10]. На початок 2023 року концептуально-суттєві емоційні знання про війну репрезентуються українськими користувачами соціальних мереж у метафорі *ТЕСТ: Війна – це величезний лакмусовий папірець. Вона майстерно виявляє те, що у кожного всередині* (FB). Ця метафора пов'язана з ідеєю перевірки (діагностики) за допомогою випробувань ціннісних орієнтацій індивідуума, його специфічного «способу буття» та оцінної орієнтації щодо світу: *Я не суджу росіян за те, що вони росіяни. Я суджу їх за те, що вони монстри. Але маленькі монстрики живуть і у нас. І коли ми заздримо, брешемо, крадемо, осуджуємо – ми підгодовуємо монстриків. І якщо колись вони стануть сильними, ми станемо, як росіяни. Ми станемо, як монстри* (FB). Слід зазначити, що на початок 2023 року концепт *ВІЙНА* має лише одне метафоричне інтерпретування і розуміється як завдання, за результатами виконання якого можна судити про рівень наполегливості й завзятості, цілеспрямованості, витримки й самовладання, сміливості й рішучості, а також яке розглядається як спосіб відрізнити людей від чудовиськ.

Висновки. Концепт *ВІЙНА* завжди інтегрує різноманітні емоційні смисли, але в кожний певний історико-часовий період відносна вага цих смислів може різнитися залежно від того, що є найважливішим для конкретного випадку психоемоційного стану особистості та суспільства.

На початок 2023 року в українському секторі соціальних мереж склалося таке наповнення концепту *ВІЙНА* емоційними смислами:

1) емоційні проєкції загальнонаціонального сприйняття війни маніфестують негативне емоційне ставлення неприйняття (антипатію) з високою

щільністю та інтенсивністю переживань, домінантою яких є небажання мати з росією щось спільне; 2) емоційні проєкції особистісного сприйняття війни презентують таку емоційну залученість у події війни, як гнів та його похідні, горе, тривога, вдячність. Цей напрям емоційної залученості стає чинником протестної поведінки, що реалізується як наполегливість у прагненні досягти віддалену в часі мету, незважаючи на перешкоди та труднощі; 3) емоційною проєкцією війни, яка будується у свідомості суб'єктів шляхом апеляції до значущого фрагмента образу світу через найменування конкретних предметів, явищ, ключових

характеристик подій-стимулів, стають представники старого світу, що показані в глузливо-презирливому ракурсі; 4) базова концептуалізація емоцій на рівні понятійного узагальнення здійснюється на основі структурно-організованого емоційного поняття *ВИПРОБОВУВАННЯ*, яке несе в собі етичне і моральне навантаження на рівні християнського розуміння сенсу життя; 5) концептуально-сутнісні емоційні знання про війну репрезентуються в соціальних мережах у метафорі *ТЕСТ*, яка пов'язана з ідеєю перевірки (діагностики) специфічного «способу буття» людини через випробування її ціннісних орієнтацій.

Список використаних джерел

1. Bar-Tal, D. (2001). Why does fear override hope in societies engulfed by intractable conflict, as it does in the Israeli society? *Political Psychology*, 22, 601-627. <https://doi.org/10.1111/0162-895X.00255>
2. von Scheve, C., & Ismer, S. (2013). Towards a Theory of Collective Emotions. *Emotion Review*, 5(4), 406-413. <https://doi.org/10.1177/1754073913484170>
3. Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in Social Psychology*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
4. Parkinson, B., Fischer, A.H., Manstead, A.S.R. (2005). *Emotion in Social Relations: Cultural, Group, and Interpersonal Processes*. New York, NY: Psychology Press.
5. Kessler, T., Hollbach, S. (2005). Group-based emotions as determinants of ingroup identification. *Journal of Experimental Social Psychology*, 41, 677-685. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2005.01.001>
6. Smith, E. R., Mackie, D. M. (2006). It's about time: Intergroup emotions as time-dependent phenomena. In R. Brown, D. Capozza (Eds.), *Social identities: Motivational, emotional, and cultural influences* (pp. 173-187). Hove, UK: Psychology Press.
7. Stodulka, T. (2017). Towards an integrative anthropology of emotion: A case study from Yogyakarta. In A. Storch (Ed.), *Consensus and dissent: Negotiating emotion in the public space* (pp. 9-34). Amsterdam: John Benjamins.
8. Rimé, B. (2009). Emotion elicits the social sharing of emotion: Theory and empirical review. *Emotion Review*, 1, 60-85.
9. Hoemann, K., Xu, F., & Barrett, L. F. (2019). Emotion words, emotion concepts, and emotional development in children: A constructionist hypothesis. *Developmental psychology*, 55(9), 1830-1849. <https://doi.org/10.1037/dev0000686>
10. Kövecses, Z. (2014). Conceptualizing emotions. A revised cognitive linguistic perspective. *Poznan Studies in Contemporary Linguistics*, 50. <https://doi.org/10.1515/psicl-2014-0002>
11. Vigliocco, G., Meteyard, L., Andrews, M., & Kousta, S. (2009). Toward a theory of semantic representation. *Language and Cognition*, 1(2), 219-247. <https://doi.org/10.1515/LANGCOG.2009.011>
12. von Scheve, C. & Slaby, J. (2019). Emotion, emotion concept. In: Slaby, J. & von Scheve, C. (Ed.), *Affective Societies: Key Concepts* (pp. 43-51). New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351039260-3>
13. Kövecses, Z. (2005). *Metaphor in culture: Universality and variation*. Cambridge, UK: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511614408>
14. Kövecses, Z. (2008). Metaphor and emotion. In R. Gibbs (Ed.), *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought* (pp. 380-396). New York: Cambridge University Press.
15. Kövecses, Z. (2010). *Metaphor. A Practical Introduction*. New York: Oxford University Press.
16. Winkielman, P., Coulson, S., & Niedenthal, P. (2018). Dynamic grounding of emotion concepts. *Philosophical transactions of the Royal Society of London. Series B, Biological sciences*, 373(1752). <https://doi.org/10.1098/rstb.2017.0127>
17. Blom, S.A.H., Aarts, H. & Semin, G.R. (2021). Perceiving emotions in visual stimuli: social verbal context facilitates emotion detection of words but not of faces. *Experimental Brain Research*, 239, 413-423. <https://doi.org/10.1007/s00221-020-05975-9>
18. Aranguren, M. (2017) Reconstructing the social constructionist view of emotions: from language to culture, including nonhuman culture. *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 47, 244-260. <https://doi.org/10.1111/jtsb.12132>
19. Edwards, D. (2005). Discursive psychology. In K. L. Fitch & R. E. Sanders (Eds.), *Handbook of language and social interaction* (pp. 257-273). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
20. Potter, J. and Wiggins, S. (2007) Discursive psychology. In C. Willig, W.S.Rogers (Eds.), *Sage Handbook of qualitative research in psychology* (pp. 73-90). SAGE Publications Ltd.

21. Hepburn, A., & Potter, J. (2003). *Discourse analytic practice*. Loughborough University. In C. Seale, D. Silverman, J. Gubrium & G. Gobo (Eds) *Qualitative research practice* (pp. 180-196). London; Sage.
22. Dixon, R.M.W. (2007). Field linguistics: A minor manual. *Language Typology and Universals*, 60, 12-31. <https://doi.org/10.1524/stuf.2007.60.1.12>
23. Kholod, A. (2019). The Problems of Psycholinguistic Research Methodology and Quantum Approach. *PSYCHOLINGUISTICS*, 25(2), 338-370. <https://doi.org/10.31470/2309-1797-2019-25-2-338-370>
24. Wierzbicka, A. (1992). Defining Emotion Concepts. *Cognitive Science*, 16(4), 539-581. [10.1207/s15516709cog1604_4](https://doi.org/10.1207/s15516709cog1604_4)
25. Hampe, B., & Grady, J. (2005). *From perception to meaning: Image schemas in cognitive linguistics*. Berlin/New York: Mouton de Gruyter. doi:10.1515/9783110197532
26. Evans, V. (2007). *A Glossary of Cognitive Linguistics*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
27. Langacker, R. (2002). *Concept, Image, Symbol*. Berlin: Mouton de Gruyter.
28. Kramsch, C., & Zhu Hua (2016). Language, Culture and Language Teaching. In G. Hall (Ed.), *Routledge Handbook of English Language Teaching* (pp.38-50). London: Routledge.
29. Bietti, L. (2012). Joint remembering: Cognition, communication and interaction in processes of memory-making. *Memory Studies*, 5, 182-205. <https://doi.org/10.1177/1750698011404986>
30. Olick, J. K., Robinson, J. (1998). Social memory studies: From “collective memory” to the historical sociology of mnemonic practices. *Annual Review of Sociology*, 24, 105-140.
31. Oatley, K. (2000). The sentiments and beliefs of distributed cognition. In N. H. Frijda, A. S. R. Manstead, S. Bem (Eds.), *Emotions and beliefs* (pp. 78-107). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
32. Deckers, M., Altmann, T. & Roth, M. (2022). The role of individual personality in conceptualizing and measuring group characteristics. *Current Psychology*, 41, 4054-4065. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-00919-6>
33. Dalbey, B., Saad, B. (2022). Internal constraints for phenomenal externalists: a structure matching theory. *Synthese*, 200, 348. <https://doi.org/10.1007/s11229-022-03829-1>

Summary

Khraban T. Ph.D. in Philology, Associate Professor,
Head of the Department of Foreign Languages,
Heroes of Kruty Military Institute of
Telecommunication and Information Technologies

REPRESENTATION OF SOCIAL NETWORK USERS' EMOTIONS IN UKRAINE THROUGH THE CONCEPT WAR

Introduction. As concepts are updated over time, collective emotional orientations are also dynamic in nature. They react flexibly to current needs for representation and action, unfold in time, and can be considered as a valid characteristic of a particular historical period of societal development.

The purpose of the article is to characterize the peculiarities of representation of social network users' emotions in Ukraine through the concept WAR at the beginning of 2023.

Methods. In the study a preference is expressed for discourse analysis developed in the mainstream of discourse psychology. The research material are posts and comments to them posted between July 2022 and March 2023 in the social network Facebook by users who in their accounts positioned themselves as citizens of Ukraine.

Originality. This study analyzes three successive stages of the processes of emotional charging of the concept WAR: 1) obtaining information and primary modeling of the concept by means of universal semantic primitives, in terms of which all aspects of meaning in all languages can be clearly and visibly represented; 2) synthesis of available information and the creation of a general classification system of knowledge; 3) formation of individual emotional knowledge. At the beginning of 2023 there is distinctiveness of representation of social network users' emotions in Ukraine through the concept WAR: 1) negative emotional attitude of rejection (antipathy) with a high rate of density and intensity of experiences with dominant of unwillingness to have anything in common with russia; 2) emotional involvement in the events of the war, which becomes a catalyst for protest behavior realized as striving to achieve a temporarily improbable aim despite countless challenges; 3) the emotional projection of the war is the persons embodying an old soviet system and shown in a mockingly contemptuous perspective; 4) the conceptual generalization is based on the emotional notion of ORDEAL, which assumes an ethical and moral aspects of the meaning of life according to the Christian faith; 5) the conceptual and essential emotional knowledge of war is represented in the metaphor TEST.

Conclusion. The concept WAR always integrates a variety of emotional meanings, but during russia-Ukraine war the relative weight of these meanings differs from other historical periods due to the particular society's psycho-emotional state, which is an iconic representation of the nation, as it reflects its mentality, worldview and ways of survival.

Key words: emotional meanings; concept; discourse analysis; russo-Ukrainian war.

Received/Поступила: 21.06.23.