

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра журналістики

Кваліфікаційна робота магістра

на тему «Мова ворожнечі як прояв мовної агресії в українських інтернет-медіа»

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0618-мк
спеціальності 061 – «Журналістика»
(освітня програма «Медіакомунікації»)

Юр'єва Н. С.

Керівник: к. соц. ком.,

Сіріньок-Долгарьова К. Г.

Рецензент: к. філол. н., доцент

Чернявська Л. В.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Освітній ступінь «магістр»
Спеціальність 061 – «Журналістика»
Освітня програма «Медіакомунікації»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри журналістики
Любченко Ю. В.
«___» _____ 20__ року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Юр'євій Наталії Сергіївні

1. Тема роботи – «Мова ворожнечі як прояв мовної агресії в українських інтернет-медіа» (The Language of Hostility as a Manifestation of Language Aggression in Ukrainian Internet Media),

керівник роботи: Сіріньок-Долгарьова Катерина Григорівна, к. соц. ком., доц., затверджені наказом ЗНУ № 714-с від «15» травня 2019 року.

2. Строк подання студентом роботи – 8 січня 2020 року.

3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: А. Вебер, Т. Воронової, М. Дзялошинського, С. Жаботинської, Г. Кожевнікової, С. Колосова, Р. Пикалюка, Г. Почепцова, Н. Ратинової, В. Різуна, Г. Черненко.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) опрацювати теоретико-методологічні джерела з теми дослідження; 2) окреслити межі поняття «мова ворожнечі», його трактування в медіазнавстві; 3) класифікувати різновиди мови ворожнечі в мас-медіа;

4) дослідити запорізькі онлайн-медіа на наявність у них мови ворожнечі.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	Сіріньок-Долгарьова К. Г., доц.	02.09.2019	05.09.2019
1 розділ	Сіріньок-Долгарьова К. Г., доц.	05.09.2019	08.10.2019
2 розділ	Сіріньок-Долгарьова К. Г., доц.	08.10.2019	05.11.2019
3 розділ	Сіріньок-Долгарьова К. Г., доц.	05.11.2019	03.12.2019
Висновки	Сіріньок-Долгарьова К. Г., доц.	05.12.2019	07.12.2019

6. Дата видачі завдання 21.05.2019 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ /п	Назва етапів магістерської роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Визначити мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження. Написати попередній варіант вступу і змісту.	27.05.2019	Виконано
2.	Підібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	02.09.2019	Виконано
3.	Написання вступу і змісту	05.09.2019	Виконано
4.	Написання розділу 1	08.10.2019	Виконано
5.	Написання розділу 2	05.11.2019	Виконано
6.	Написання розділу 3	03.12.2019	Виконано
7.	Пройти попередній захист на кафедрі	05.12.2019	Виконано
8.	Виправити недоліки, сформулювати висновки, оформити додатки.	27.12.2019	Виконано
9.	Здати роботу на нормоконтроль, пройти рецензування.	08.01.2020	Виконано

Студент _____ Н. С. Юр'єва

Керівник роботи _____ К. Г. Сіріньок-Долгарьова

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ М. В. Чабаненко

РЕФЕРАТ

Тема роботи – «Мова ворожнечі як прояв мовної агресії в українських інтернет-медіа».

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Обсяг основного тексту роботи – 77 сторінок. Список використаної літератури містить 87 найменування, викладених на 10 сторінках.

Об'єктом дослідження є публікації сучасних суспільно-політичних інтернет-видань Запоріжжя: 061, IPnews+, Forpost та РепортерUA в період з 1 травня по 30 листопад 2019 року.

Предметом дослідження є прояви мови ворожнечі у публікаціях запорізьких онлайн-ЗМІ.

Мета роботи охарактеризувати мову ворожнечі в сучасних онлайн-виданнях Запоріжжя.

Реалізація мети передбачає виконання наступних **завдань**:

1. Опрацювати теоретико-методологічні джерела з теми дослідження.
2. Окреслити межі поняття «мова ворожнечі», його трактування в медіазнавстві.
3. Класифікувати різновиди мови ворожнечі в мас-медіа.
4. Визначити прийоми створення та методи запобігання мові ворожнечі.
5. Дослідити запорізькі онлайн-медіа на наявність у них мови ворожнечі.

Методологічну та теоретичну основу становлять праці таких науковців: А. Вебер, Т. Воронової, М. Дзялошинського, С. Жаботинської, Г. Кожевникової, С. Колосова, Р. Пикалюка, Г. Почепцова, Н. Ратиної, В. Різуна, Г. Черненко та інших.

Методи дослідження. У роботі застосовувалися методи аналізу та синтезу, пошуковий і порівняльний. Були використані методи узагальнення та типологізації як в теоретичній, так і в практичній частинах роботи.

Новизна роботи полягає у тому, що:

- узагальнено теоретичні напрацювання медіазнавців щодо поняття «мова ворожнечі», які на практиці застосовано для аналізу запорізьких онлайн-медіа;
- конкретизовано роль та вплив мови ворожнечі у засобах масової інформації;
- набуло подальшого розвитку дослідження шляхів використання мови ворожнечі в електронних та друкованих медіа.

Практичне значення одержаних результатів. Висновки дослідження можуть бути використані у діяльності редакцій друкованих та електронних видань, а також під час підготовки фахівців із соціальної комунікації та журналістики.

Теоретичне значення одержаних результатів полягає у тому, що матеріали дослідження можуть бути використані для подальших наукових робіт на тему використання мови ворожнечі у сучасних електронних ЗМІ.

Ключові слова: журналістська етика, мова ворожнечі, медіаосвіта, ксенофобія, способи подолання мови ворожнечі, онлайн-видання.

ЗМІСТ

Реферат.....	4
Вступ.....	7
Розділ 1. Мова ворожнечі: класифікація та способи уникнення в засобах масової інформації	10
1.1. Визначення поняття «мова ворожнечі» та причини її виникнення у ЗМІ.....	10
1.2. Класифікація мови ворожнечі у ЗМІ.....	21
1.3. Прийоми створення та методи запобігання мові ворожнечі.....	29
Розділ 2. Дослідження мови ворожнечі.....	43
2.1. Українські дослідження мови ворожнечі.....	43
2.2. Закордонні дослідження мови ворожнечі.....	52
Розділ 3. Аналіз запорізьких медіа на наявність мови ворожнечі.....	58
Висновки.....	81
Список використаної літератури.....	85
Додаток А Власна наукова публікація.....	95
Summary.....	97

ВСТУП

ЗМІ є одним із найбільш потужних каналів трансляції настроїв та упереджень громадськості, її реакції на ті події, які відбуваються в країні та світі. Важко переоцінити вплив, який мають результати журналістської роботи на аудиторію.

На сьогодні інтернет – один з найефективніших способів комунікації. Всесвітня мережа сприяє консолідації різних груп людей і надає величезні можливості для поширення інформації. Ці можливості, однак, можуть бути використані у різних цілях, у тому числі з метою обмеження прав і свобод людини, пропаганди насильства і залучення користувачів до радикальних угруповань. Однією з ключових особливостей інтернету є свобода слова, яка іноді трактується як свавілля і всюдозволеність. Страх, недовіра й ворожість до людей іншої зовнішності, кольору шкіри тощо виявляється на рівні повсякденного ставлення, стереотипів, побоювань, упереджень, які вербально втілюються у мову ворожнечі.

Інтернет став платформою для поширення мови ворожнечі. Особливо це стосується веб-сайтів, які мають велику кількість відвідувачів – соціальних мереж і онлайн мас-медіа.

Актуальність роботи зумовлена необхідністю виявлення і осмислення проявів мови ворожнечі в регіональних інтернет-виданнях, оскільки вони є джерелом інформації для великої аудиторії, яка потенційно підпадає під негативний вплив ворожих висловлювань.

Мета роботи – охарактеризувати мову ворожнечі в сучасних онлайн-виданнях Запоріжжя.

Відповідно до мети визначено наступні *завдання*:

1. Опрацювати теоретико-методологічні джерела з теми дослідження.
2. Окреслити межі поняття «мова ворожнечі», його трактування в медіазнавстві.
3. Класифікувати різновиди мови ворожнечі в мас-медіа.

4. Визначити прийоми створення та методи запобігання мові ворожнечі.

5. Дослідити запорізькі онлайн-медіа на наявність у них мови ворожнечі.

Об'єктом дослідження є публікації сучасних суспільно-політичних інтернет-видань Запоріжжя: 061, IPnews+, Forpost та РепортерUA в період з травня по листопад 2019 року.

Предмет дослідження – прояви мови ворожнечі у публікаціях запорізьких онлайн-ЗМІ.

Теоретико-методологічну основу дослідження становлять публікації вітчизняних та зарубіжних дослідників А. Вебер, Т. Воронової, М. Дзялошинського, Г. Кожевнікової, С. Колосова, Р. Пикалюка, Г. Почепцова, Н. Ратинової, Г. Черненко та ін.

Методи. Для аналізу медіа-текстів було обрано метод контент-моніторингу, за допомогою якого були встановлені кількісні та якісні показники вживання слів і висловлювань мови ворожнечі у досліджуваних мас-медіа. Також були використані такі методи як описовий, порівняльно-історичний, узагальнення, аналізу і синтезу.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що:

- *узагальнено* теоретичні напрацювання медіазнавців щодо поняття «мова ворожнечі», які на практиці застосовано для аналізу запорізьких онлайн-медіа;

- *конкретизовано* роль та вплив мови ворожнечі у засобах масової інформації;

- *набуло* подальшого розвитку дослідження шляхів використання мови ворожнечі в електронних та друкованих медіа.

Практичне значення одержаних результатів. Висновки дослідження можуть бути використані у діяльності редакцій друкованих та електронних видань, а також під час підготовки фахівців із соціальної комунікації та журналістики.

Теоретичне значення одержаних результатів полягає у тому, що матеріали дослідження можуть бути використані для подальших наукових робіт на тему використання мови ворожнечі у сучасних електронних ЗМІ.

Апробація результатів роботи Основні результати дослідження апробовані під час XII університетської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука-2019», що проходила 15-17 квітня 2019 року (Запоріжжя, ЗНУ). З теми роботи надруковано наукову публікацію:

Юр'єва Н. Вербальна агресія в сучасних українських ЗМІ. *Молода наука-2019* : Збірник наукових праць студентів, аспірантів і молодих вчених : у 5 т. / Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2019. Т.2. С. 291-293.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури, додатку. Основний обсяг роботи – 77 сторінок, список використаних джерел включає 87 найменування, викладених на 10 сторінках.

РОЗДІЛ 1

МОВА ВОРОЖНЕЧІ: КЛАСИФІКАЦІЯ ТА СПОСОБИ УНИКНЕННЯ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

1.1 Визначення поняття «мова ворожнечі» та причини її виникнення у ЗМІ

Незважаючи на поширення мови ворожнечі у багатьох сферах публічного та приватного життя людини, та велику кількість дискусій про можливість чи неможливість її законодавчого регулювання та заборони, – на сьогодні досі не існує єдиного загального визначення того, що саме всі сторони обговорення розуміють під «мовою ворожнечі».

Переклад терміну в українській мові також не має єдиного стандарту: Деякі перекладають англійський відповідник «hate speech» як «мову ворожнечі», деякі – як «мову ненависті». Іноді зустрічаються інші варіанти перекладу та адаптації («вербальна агресія», «мовленнева агресія», «хейтспіч», «дискурс ненависті та ворожнечі», «риторика ненависті», «медіа-ненависть», «комунікативна агресія», «мовне насилля», «мовний екстремізм» тощо), але вони мають або ширший, або вужчий діапазон охоплення. Але найпоширенішими термінами залишаються «мова ворожнечі» та «мова ненависті». Словосполучення «мова ворожнечі» видається доцільнішим, адже воно охоплює ширший діапазон емоцій. Цей варіант першими почали використовувати працівники російського Інформаційно-аналітичного центру «СОВА», адаптувавши його в такий спосіб до пострадянського контексту, враховуючи також обмеженість і, водночас, емоційну навантаженість буквального перекладу «мова ненависті».

Наведемо декілька поширених змалювань або визначень явища, які називають «мовою ворожнечі».

У статті 4 Міжнародної Конвенції про ліквідацію всіх форм расової дискримінації констатується: «Держави-учасниці засуджують будь-яку

пропаганду і всі організації, які ґрунтуються на ідеях або теоріях переваги однієї раси чи групи осіб певного кольору шкіри або етнічного походження, або намагаються виправдати, або заохочують расову ненависть і дискримінацію в будь-якій формі, і зобов'язуються вжити негайних і позитивних заходів, спрямованих на викоренення всякого підбурювання до такої дискримінації чи актів дискримінації, і з цією метою вони відповідно до принципів, поданих у Загальній декларації прав людини, і прав, ясно викладених у Статті 5 цієї Конвенції, серед іншого:

а) оголошують злочином, що карається за законом, всяке поширення ідей, що ґрунтуються на расовій перевазі або ненависті, всяке підбурювання до расової дискримінації, а також усі акти насильства або підбурювання до таких актів, спрямованих проти будь-якої раси чи групи осіб іншого кольору шкіри або етнічного походження, а також подання будь-якої допомоги для проведення расистської діяльності, включаючи її фінансування;

б) оголошують протизаконними і забороняють організації, а також організовану і всяку іншу пропагандистську діяльність, які заохочують расову дискримінацію та підбурюють до неї, і визнають участь у таких організаціях чи в такій діяльності злочином, що карається законом;

с) не дозволяють національним чи місцевим органам державної влади або державним установам заохочувати расову дискримінацію чи підбурювати до неї» [43].

ОБСЄ трактує цей термін як «різноманітні види висловлювань, засновані на ворожнечі, що демонструють чи розпалюють ворожнечу по відношенню до групи осіб (чи окремої особи з причини її приналежності до групи)» [23].

У статті 20 Міжнародного Пакту про громадянські і політичні права зазначено, що «будь-який виступ на користь національної, расової чи релігійної ненависті, що є підбурюванням до дискримінації, ворожнечі або насильства, повинен бути заборонений законом» [44].

В Рекомендації Комітету міністрів Ради Європи № 97(20) про «мову ворожнечі» це словосполучення визначається так: «Під терміном «мова

ворожнечі» слід розуміти всі види висловлювань, котрі поширюють, розпалюють, підтримують або виправдовують расову ненависть, ксенофобію, антисемітизм та інші форми ненависті, викликані нетерпимістю, в тому числі нетерпимістю, що виявляється у формі агресивного націоналізму та етноцентризму, дискримінації меншин і ворожого ставлення до них, а також іммігрантів та осіб, що за своїм походженням належать до іммігрантів». У цьому сенсі поняття «мова ворожнечі» поширюється на всі висловлювання, які спрямовані проти якоїсь однієї особи або якоїсь визначеної групи осіб.

У стилістичному словнику дається таке визначення: мовна агресія – використання мовних засобів для вираження неприязні, ворожості, манера мови, що ображає чиєсь самолюбство, гідність [69, С. 340].

Б. Шарифуллін зазначає: «З еколінгвістичних позицій мовна агресія й мовне насилля (а також мовне маніпулювання, мовна демагогія тощо) розглядаються як форми мовленнєвої поведінки, які негативно впливають на комунікативну взаємодію людей, оскільки вони завжди направлені на мінімізацію й навіть деструкцію мовної особистості адресата, на його підкорення, маніпулювання ним в інтересах автора висловлювання» [75].

Дослідниця Т. Ісакова уточнює, що об'єктом для ненависті, агресії і дискримінації зазвичай обирається особа або група осіб, що підходить під визначення «інший»: раси, етнічної приналежності, релігії, партії, орієнтації, меншини тощо. Тобто мішенями мови ворожнечі можуть бути не тільки люди, які належать до інших етносів і рас, а й багато інших соціальних груп: інваліди, люди похилого віку, представники ЛГБТ-спільноти тощо [25].

Під терміном «мова ворожнечі» вчені зазвичай розуміють саме вербальні прояви нетерпимості, забуваючи при цьому про візуальну складову явища. Так, дослідниця О. Горбачова зазначає, що поняття «мова ворожнечі» вживають для «позначення будь-якої публічної мовної дії, прямо чи опосередковано заснованої на ксенофобії, яка, у свою чергу, видозмінює, спотворює соціальні відносини, слугує причиною агресії, насилля, ворожнечі та конфліктів за

принципом національного, релігійного, соціального чи іншого розрізнення (...)» [9].

А. Денисова «мову ворожнечі» трактує як «лінгвістичні засоби вираження різко негативного ставлення до будь-яких явищ суспільного життя (культурних, національних, релігійних тощо), а також до людей, що є носіями інших, протилежних автору, духовних цінностей» [13].

Лінгвістична наука змогла виробити модель «мови ворожнечі». Одна з причин виникнення цієї моделі – це застосування в судових процесах про покарання за дії, які засновані на принципі ворожнечі. О. С. Коробкова визначає «мову ворожнечі», як спосіб мовного конструювання моделей і практик соціальної нерівності. «Мова ворожнечі» висловлює етнічні відмінності. Концепція «свій» - «чужий» є найбільш поширеною в даній моделі. Лінгвістичні засоби допомагають маркувати «чужого». О. С. Коробкова вважає дискурс «іншого» виключно властивим самому собі, в той час, як дискурс «своїх» використовує й інші дискурси [20]. Е.П. Соколова під «мовою ворожнечі» розуміє словесну дискримінацію та мовна агресію по відношенню до етнічних і соціальних груп. «Мова ворожнечі» формує образ «чужого» [20]. Як видно, ця мова використовує групові ідентичності, особисті ідентичності теж відносяться до колективних ідентичностей.

Тому, дискурсом ворожнечі можна буде називати комунікативні відносини, в рамках яких індивіди або групи знаходяться в стані тривалого цілеспрямованого протистояння, яке несе руйнівні наслідки і співвідноситься з навколишнім соціальним і політичним контекстом. У рамках комунікації мовні та текстові компоненти є обов'язковими. Персональні представники, які виражають колективні ідентичності, вступаючи в стан ворожнечі, мають ціннісний й етичний вираз, котрий для них є правильним і який вони хочуть донести до протилежного боку.

До даної категорії можна буде віднести такі явища, як дискурс дегуманізації, демонізації, маргіналізації, переписування історії, модель «ми» - «вони», образ ворога.

Модель «образу ворога» виявилася найпоширенішою в зарубіжній науці. З «образу ворога» були зроблені певні висновки. Ворог конструюється на негуманістичній основі. Він стає об'єктом неповаги або ненависті через невідповідність певним характеристикам або параметрам. На персональну ідентичність накладаються групові ознаки. Внаслідок цього, людина, що відображає групову ідентичність, несе на собі негативні стереотипи, має негативні риси.

Дегуманізація - це процес, при якому образ людини наближається до біологічної, тваринної сутності. В даному випадку насильство, жорстокість є латентним виправданням теорії боротьби за існування. Подібний процес має свої політичні наслідки. Більшість аналітиків сходяться в тому, що формуючи образ ворога, уряди деяких країн виправдовують своє втручання в справи іноземних держав. Заходи дискримінації груп, що демонізуються, є завжди репресивними, але відрізняються за ступенем жорсткості.

Бувають м'які методи – відсторонення від участі, позбавлення громадянства, маргіналізація, позбавлення прав і жорсткі методи - фізичне насильство, геноцид, тероризм, агресія. У створенні образу ворога відбивається комплекс психологічної проекції - «винен сам, звинувачуєш в цьому іншого». Образ ворога в західній науці відносять до штучних явищ - процес конструювання уявних образів. Сприятливою умовою для формування образу ворога є наявність пропаганди. Вона інституціоналізує процес відтворення ворожнечі.

Досить складно кваліфікувати висловлювання чи тексти як мову ворожнечі, особливо якщо йдеться про імпліцитну форму вираження. Саме тому це питання привертає пильну увагу низки науковців, що намагаються виокремити чіткі ознаки чи критерії мови ворожнечі, зокрема у медійних текстах.

С. О. Колосов визначає такі універсальні ознаки мови ворожнечі (хоча науковець надає перевагу терміну дискурс ненависті):

- 1) уявлення про стосунки суб'єктів як про нерозв'язний конфлікт;

- 2) формування і зміцнення негативного стереотипу, образу групи;
- 3) узагальнення (перенесення різноманітних негативних характеристик окремих представників групи на всю групу, а також покладання провини за дії окремих представників на всю групу);
- 4) твердження про споконвічну вищість однієї групи над іншою;
- 5) виставлення ситуації в чорно-білому світлі;
- 6) виключення можливості знаходження спільної мови і компромісу, а також толерантного співіснування;
- 7) поляризація оцінок;
- 8) оцінка способу життя, традицій та культури однієї групи як неприродних, шкідливих, небезпечних;
- 9) перенесення обговорення культурних, етнічних відмінностей у сферу економічних і соціальних відносин;
- 10) покладання провини за негативні соціальні явища на певну групу;
- 11) спонукання (прямі чи приховані) до дій проти певної групи;
- 12) вимога обмежити права представників певної групи;
- 13) звернення під час аргументації до емоційно-почуттєвої сфери, а не до сфери раціональних оцінок;
- 14) наявність пресупозицій «Х ненавидить Y» і «ненависть X до Y є нормальним, природнім почуттям» [31].

Мова ворожнечі найбільше розповсюджена в побутовому мовленні, а також, з огляду на кількість користувачів, необмежений доступ, можливість анонімної публікації та передачі повідомлень, в мережі Інтернет. Інтернет-ЗМІ та соціальні мережі є головним простором поширення мови ворожнечі, адже за широтою охоплення, одночасним впливом на реципієнтів їм немає рівних.

Головним медіумом мови ворожнечі залишається живе усне мовлення. Антилокуції (так американський психолог Гордон Олпорт називав висловлювання, що містять мову ворожнечі) передаються з вуст в уста. Мета таких висловлювань – делегітимізація членів аутгрупи з боку інгрупи. За словами ізраїльського психолога Д. БарТала, «делегітимізація може

розглядатися як відмова групі, яку категоризують у праві вважатися людською» [86]. Процес делегітимізації має три сторони: негативна характеристика, дегуманізація і заперечення. Лексичними маркерами делегітимізації є слова-етнофолізми («чурки», «хачі», «бидло», «гопота» тощо).

Мішенями мови ворожнечі можуть бути не тільки люди, які належать до інших етносів і рас, а й багато інших соціальних груп: інваліди, люди похилого віку, представники нетрадиційної сексуальної орієнтації тощо. Особливою групою-мішенню можуть стати мігранти, які не належать до інших етносів і рас.

Основними джерелами поширення мови ворожнечі в Інтернеті є:

- сторінки спільнот у соціальних мережах;
- веб-сторінки організацій та партій;
- веб-сторінки неформальних локальних угруповань;
- блоги з відповідною тематикою, створені окремими особами.

Зазвичай, такі сайти не обмежуються виключно погрозливими повідомленнями; також на них розміщуються відеоматеріали з фіксацією способів насильства над особами чи групами осіб та заклики до вчинення відповідних дій. Слід зауважити, що частково до джерел поширення мови ворожнечі відносяться й сайти новин, електронні версії друкованих ЗМІ та Інтернет-ЗМІ, де є відкриті коментарі та відсутня або частково відсутня модерація.

Сучасна ситуація дозволяє констатувати, що Всесвітня мережа є вагомим стимулятором до поширення ксенофобії, що значно ускладнює боротьбу з викоріненням цього явища.

Питання про причини виникнення того чи іншого явища завжди є одним з ключових питань будь-якого дослідження. Варто задуматися: що ж спонукає журналістів використовувати «мову ворожнечі»? Тут ми бачимо необхідність розглянути думку І.М. Дзялошинського і звернутися до такого поняття, як «образ ворожнечі».

«Образ ворожнечі» – це «стійка сукупність уявлень і когнітивних структур, які координують і регулюють взаємодії індивіда з явищами зовнішнього світу. Образ включений в систему життєвих відносин між людиною і світом. Або по-іншому, образ - це набір очікувань, відповідно до якого вбачаються, відбираються, групуються і коментуються факти. Розглядаючи все, що відбувається в повсякденності крізь призму цих очікувань, журналісти мимоволі задають загальну установку висвітленню фактів і явищ». Образ - це якийсь трафарет, присутній в свідомості індивіда і об'єднує різноманітний досвід в єдине ціле.

Цей образ розміщується в тих глибинах індивідуальної, групової та корпоративної свідомості, які позначаються поняттями «менталітет», «архетипи», «метапрограми» та ін. Поняттям «менталітет», зазвичай, позначається «світовідчуттям, світосприйняттям, що визначаються народно-національними звичаями, способом життя, мисленням, моральністю».

Як і професор І.М. Дзялошинський, ми будемо вважати, що «менталітет - це фундаментальний шар колективної поведінки, діяльності, емоційного реагування на різні ситуації, властиві даному етносу або стійкої соціальної групи» [18]. Можна зробити висновок, що менталітет - це якась система загальних для групи людей понять і схем поведінки, у відповідності з якими індивід здійснює прийняття рішень, оцінки ситуації та погоджує свої інші дії.

В певному сенсі менталітет можна ототожнити з «колективним несвідомим». Карл Юнг висунув поняття «колективне несвідоме» для того, щоб позначити окремий розряд психічних явищ, які на відміну від індивідуального (особистого) несвідомого є носіями досвіду філогенетичного розвитку людства та передається у спадок через мозкові структури. Колективне несвідоме, в розумінні Юнга, будується на архетипах. «Архетипи - це загальні апріорні схеми поведінки, які в реальному житті людини наповнюються конкретним змістом». Якщо розглядати несвідоме за його складовими, то його верхнім шаром, що знаходиться на поверхні і є найбільш схильним до змін, стане особистісне несвідоме. Найбільш глибоким шаром буде колективне несвідоме –

воно з'являється не за рахунок особистісного досвіду, а є вродженим і має загальну природу.

В архетипі закріплюється певний образ, картинка і пов'язана з нею емоція. Саме з цієї причини у всіх людей багато образів викликають однакові реакції, цілком передбачувані. Це успішно застосовується в рекламі. Багато рекламних компанії того чи іншого товару базуються на образі води. Вода - це один з сильних і дуже старих архетипів, це символ сили, чистоти, невинності і спокою. Також багато рекламних компанії застосовують архетип «батька» або «матері», які повинні викликати у глядача довіру і навіть ніжні, теплі почуття.

Психолог з Америки Дж. Келлі дивиться на це питання з трохи іншої термінологічної позиції. На його думку, індивід робить висновки про світ навколо нього, використовуючи понятійні системи, або іншими словами моделі. Ці моделі він створює самостійно в ході отримання якогось досвіду і своїх умовиводів, потім він намагається пристосувати свої моделі до об'єктивної дійсності. Однак цей процес не завжди завершується вдало. І все-таки без таких систем світ буде представляти собою щось настільки недиференційоване і гомогенне, що людина не зможе осмислити його. Саме ці «понятійні системи або моделі» Келлі визначив як особистісні конструкти. Отже, «особистісний конструкт - це ідея чи думка, яку людина використовує, щоб усвідомити або інтерпретувати, пояснити або передбачити свій досвід. Він являє собою стійкий спосіб, яким людина осмислює якісь аспекти. Насправді в термінах схожості і контрасту, за допомогою конструктів людина вибудовує для себе картину світу». Як вважає Келлі, ця штучна схема конструктів потрібна індивіду щоб скласти для себе цілісну, несуперечливу і послідовну картину світу. Сам Келлі заявляв про можливість використання теорії особистісних конструктів для опису моделей масової свідомості. Він писав, що люди однієї культури інтерпретують свій досвід майже ідентично, оскільки якщо людина інтерпретує досвід подібно до того, як це робить інша людина, то його психічні процеси подібні психічним процесам іншої людини.

Як можна помітити, особистісні конструкти, обґрунтовані Келлі, дуже близькі архетипам та мета програмам, які описував К.Г. Юнг.

Можна сказати, що вибір і предметів, і смислів, і мовних засобів опису тих чи інших фактів і явищ дійсності постійними образами цих фактів і явищ, які занурені в глибини корпоративного журналістського професійного свідомості і практично не усвідомлюються конкретними індивідами, включеними в процес професійної діяльності.

У свою чергу, корпоративна журналістська професійна свідомість є фрагментом, частиною тієї культури, в рамках якої вона виникла і оформлювалася. Ця культура піддається в даний час найсильнішим деформаціям, що викликає захисні рефлекси, а отже, особливий інтерес до насильства.

Однак, не варто забувати, що засоби масової інформації все ж є знаряддям створення громадської думки, це їх найголовніше призначення. Часто саме преса виступає тією силою, що викликає найрізноманітніші соціальні явища. Тому, не завжди мова ворожнечі в ЗМІ є наслідком дії нашого несвідомого і тих культурних і групових образів, що зберігаються в ньому.

Мова ворожнечі в ЗМІ зустрічається не тільки в цитуванні політичних або громадських діячів, не тільки в націоналістичній, клерикальної або «жовтій» пресі, але і в цілком респектабельних виданнях.

Найчастіше, журналісти, використовуючи «мову ворожнечі», не вкладають в свій текст навмисно негативного сенсу. Авторами публікацій допускають наступні помилки:

1. Журналістська недбалість. Ненавмисне використання автором тексту таких формулювань, які згодом можуть викликати в аудиторії негативне ставлення до обговорюваного об'єкта.

2. Некоректний заголовок. Для залучення уваги до свого тексту журналісти часто вдаються до помітних заголовків, забуваючи перевірити їх на відповідність етичним нормам.

3. Перебільшення статистичних даних. Журналісти вдаються до такого прийому для додання своєму матеріалу більшої сенсаційності.

4. Національна зацикленість. Тема, що піднімається в тексті, розглядається лише в рамках однієї групи людей (за етнічною, національною ознакою), хоча насправді питання набагато ширше і не зводиться до однієї соціальної групи.

5. Питання національності і громадянства. Тобто журналіст, говорячи про людину іншої національності, яка проживає на території конкретної країни, позначає його як іноземця, не беручи до уваги наявність тимчасової реєстрації або громадянства.

У засобах масової інформації існують свої особливості мови ворожнечі. Дане явище більш характерно для регіональних видань, де всі «свої», а не для загальнонаціональних. Найчастіше журналісти і редактори не замислюються про наслідки, тому що в нашій країні використання мови ворожнечі нерідко залишається безкарним. Більш того, для деяких видань мова ворожнечі є частиною редакційної політики, оскільки сенсаційні висловлювання і гучні заголовки завжди приковують увагу аудиторії.

Мова ворожнечі є небезпечною не тільки нанесенням емоційних травм групі людей, що страждає від дискримінації, а й роздільною здатністю самої дискримінації. Використання і поширення мови ворожнечі має свої негативні наслідки:

- сприяння розвитку стереотипів;
- збільшення дистанції між різними соціальними верствами суспільства;
- нівелювання проблеми дискримінації;
- зростання числа злочинів на ґрунті ненависті та ін.

Відоме співвідношення: чим вище рівень соціальної довіри до інформаційної майданчику, тим сильніше вона сприяє інтеграції тих чи інших установок в суспільство. Це правило, як і раніше працює, незважаючи на все ще живий стереотип про епоху тотальної недовіри до електронних ЗМІ.

Єдиним можливим і дієвим способом боротьби з проявами «мови ворожнечі» є посилення правової відповідальності ЗМІ.

1.2 Класифікація мови ворожнечі

Мова ворожнечі охоплює широке коло висловлювань у різних контекстах: відкриті заклики до дискримінації певної соціальної групи, не виправдане згадування цієї групи в негативному контексті, звинувачення її в негативному впливі на стан суспільства тощо. Використання цих висловлювань та оцінок може бути і свідомою тактикою, і результатом не уважності чи непрофесійності. Відповідно різними є й суспільні наслідки таких висловлень.

Зважаючи на це, дослідники виділяють різні ступені мови ворожнечі. Найбільш поширений її поділ на три групи.

1. Жорстка мова ворожнечі:

- 1) прямі та завуальовані заклики до насильства;
- 2) прямі та завуальовані заклики до дискримінації;
- 3) завуальовані заклики до насильства та дискримінації з використанням загальних лозунгів;
- 4) прямі заклики не дати групі закріпитися в регіоні;
- 5) завуальовані заклики до насилля та дискримінації через призму виправдання сучасного або історичного насилля над певною групою.

2. Середня мова ворожнечі:

- 1) виправдання історичних випадків насильства та дискримінації;
- 2) публікації та висловлювання, які ставлять під сумнів загальновизнані історичні факти насильства та дискримінації;
- 3) твердження про історичні злочини тієї чи тієї етнічної чи релігійної групи як такої;
- 4) твердження про кримінальність тієї чи тієї етнічної чи релігійної групи;
- 5) розмірковування про непропорційну перевагу тієї чи іншої групи в матеріальному достатку, представництві у владних структурах та ін.;

б) звинувачення тієї чи тієї етнічної чи релігійної групи у негативному впливі на групу, суспільство, державу;

7) звинувачення групи у спробах захоплення влади чи у територіальній експансії;

8) вказівка на зв'язок будь-якої соціальної групи з політичними і державними структурами з метою її дискредитації;

9) заперечення громадянства.

3. М'яка мова ворожнечі:

1) створення негативного іміджу етнічної чи релігійної групи;

2) твердження про неповноцінність певної етнічної чи релігійної групи як такої;

3) твердження про моральні вади тієї чи тієї етнічної чи релігійної групи;

4) згадування етнічної чи релігійної групи чи її представників як таких у принизливому чи образливому контексті;

5) цитування явно ксенофобних висловлювань і текстів без коментарів, які б відмежовували думку респондента від думки автора публікації;

б) надання місця для реклами явної пропаганди без редакційного коментаря та іншої полеміки.

Проект «Без Кордонів» ГО Центр «Соціальна Дія» в рамках моніторингу проявів расової та етнічної ворожнечі чи нетерпимості в українському сегменті Інтернету користувався визначенням мови ворожнечі від Центра «Сова», а також (з невеликими модифікаціями) розробленою дослідниками цього Центру шкалою різновидів мови ворожнечі та методикою моніторингу.

Ця шкала видів мови ворожнечі виглядає наступним чином:

1) заклики до ворожнечі (у зв'язку із конкретною ситуацією, із зазначенням об'єкту насильства);

2) проголошення насильства прийнятним засобом вирішення конфліктів (також у вигляді загальних закликів);

3) заклики до дискримінації, зокрема у вигляді загальних гасел;

4) завуальовані заклики до насильства та дискримінації (пропаганда «позитивних» історичних та сучасних прикладів насильства та дискримінації, вислови щодо бажаності цього);

5) створення негативного образу тієї чи іншої дискримінованої групи без конкретних звинувачень;

6) виправдання історичних випадків насильства чи дискримінації;

7) публікації та окремі висловлювання, що ставлять під сумніви загальновідомі історичні факти насильства та дискримінації;

8) твердження про неповноцінність (у широкому розумінні) тієї чи іншої дискримінованої групи;

9) твердження щодо історичних злочинів тієї чи іншої дискримінованої групи як такої;

10) твердження щодо кримінальності тієї чи іншої дискримінованої групи;

11) твердження щодо моральних недоліків тієї чи іншої дискримінованої групи;

12) роздуми щодо непропорційного домінування тієї чи іншої дискримінованої групи (у питаннях матеріального добробуту, представництва в органах влади тощо);

13) звинувачення тієї чи іншої дискримінованої групи або її представників в негативному впливі на суспільство чи державу;

14) згадка тієї чи іншої дискримінованої групи або її представників у негативному контексті;

15) заклики не дозволити закріплення у певному регіоні мігрантів, що належать до тієї чи іншої групи;

16) цитування явно дискримінуючих висловлювань та текстів без коментарів, що дозволяють відмежовувати позицію видання чи журналіста від позиції цитованої особи чи організації; надання місця для явної пропаганди дискримінації без редакційного коментаря чи полеміки;

17) звинувачення дискримінованої групи у спробах захопити владу чи територіальній експансії, у буквальному значенні;

18) заперечення громадянства (згадка громадян України як іноземців на основі їхньої етнічної ідентифікації);

19) згадка про етнічну належність чи громадянство у кримінальній хроніці, коли це не є невід'ємною частиною картини кримінального інциденту.

Дискримінаційні комунікативні стратегії, спрямовані проти різних стигматизованих соціальних груп, як довів С. Колосов, мало різняться між собою: це пряма вербальна агресія, звинувачення в суспільних проблемах, заклики до позбавлення громадянських прав та свобод, погрози й побажання смерті [31]. При цьому, однак, варіюються топіки, в яких такі висловлювання зустрічаються, лексеми й фразеологізми, що виражають негативне ставлення до стигматизованого об'єкта; історія зародження відповідного упередження; аргументи на користь його легалізації.

Г. Черненко виділила наступні види мови ворожнечі відповідно до соціальних груп, проти яких вона спрямована:

1. Сексизми. Найбільш дослідженими наразі є мізогінічні сексизми – мова ворожнечі, спрямована проти жінок. Основними проблемами цього виду мови ворожнечі є андроцентризм (схильність нехтувати перспективою або внеском жінок у яку-небудь діяльність), експлуатація «кухонної» теми, об'єктивація жінок тощо. Також поширюються сексизми проти чоловіків – мізандрізми.

2. Расизми. Лексико-фразеологічна система української мови має низку усталених ксенофобських найменувань: хохол, москаль, кацап, жид, негритос та ін. В останні роки особливо вкоренилися упередження стосовно китайців (асоціації з дешевими та неякісними товарами). Різновидом расизмів є лінгвоцизми – знущення над певною мовою.

3. Ейджизми. Вкоріненими в мовну систему, але недостатньо відрефлексованими є ейджизми – упередження щодо людей молодшого чи старшого віку. Найочевидніший вияв ейджизму – асиметричне звертання ти/Ви однини до молодших та старших людей.

4. Лукізми. Лукізми в мові є виявом упередженого ставлення до людей, чий зовнішні дані відрізняються від сучасних уявлень про красу.

5. Ейблізми. Ейблізми – це мовні вияви упереджень до людей із обмеженими фізичними можливостями та психічними хворобами. У лексико-фразеологічній системі української мови наявні ейблізми на кшталт: криворукий, калічний, безрукий та ін.

6. Менталізми. Менталізми спрямовані проти людей з недостатньо високим, на погляд мовця, коефіцієнтом інтелекту: ідіот, дебіл, не гальмуй, тупий тощо. До менталізмів зараховуємо й висловлювання т.зв. граманаці – тих, хто формує своє ставлення до оточуючих залежно від рівня їхньої грамотності.

7. Класизми. Зрозуміло, що після розпаду СРСР тема соціальної нерівності стала «немодною», але посилення лібералізму в економіці та її кризовий стан сприяв загостренню класової боротьби й збільшенню кількості класизмів у мовленні.

8. Локалізми. Локалізми – мовні засоби вираження упередження до мешканців певної місцевості чи населеного пункту – межують із класизмами та менталізмами. Зазвичай йдеться про опозицію «престижний – непрестижний», яка активізує протиставлення за рівнем доходів, освіти, культури.

9. Матримоніалізми. В Україні за цією ознакою об'єктом агресії традиційно ставали діти із родин з одним батьком/матір'ю (зневажливе байстрюк, ярлик «безбатченко» як пояснення поганої поведінки дитини), одинаки старшого віку (бірюк, синя панчоха, стара діва), матері-одиначки («та вона з причепом, нашо тобі така») тощо [72].

Російські дослідники М. Кроз і Н. Ратинова пропонують класифікацію мови ворожнечі за кінцевим ефектом:

1. Фальшива ідентифікація: формування і підкріплення негативного етнічного стереотипу, образу нації, релігії, раси.

2. Фальшива атрибуція: приписування ворожих дій і ризикових намірів представникам якої-небудь нації, раси, релігії.

3. «Уявна оборона»: підштовхування до яких-небудь дій проти певної нації, раси, релігії.

Мова ворожнечі може бути прямою та непрямю. Пряма мова ворожнечі відкрито називає об'єкт ненависті. Непряма мова ворожнечі поділяє людей на різні групи та виокремлює одну з них, підносячи її над рештою, заперечує індивідуальні права й обстоює колективні, чи то групові. Може вказувати на нерівність та нездоланні відмінності між групами людей під виглядом історичної чи культурологічної інформації та вибудовувати політику диференціації, керуючись такою відмінністю.

Мова ворожнечі також може бути публічною чи приватною. Публічна мова ворожнечі – заяви, вислови, інтерв'ю, заклики, тощо публічних осіб (посадових та службових осіб, представників органів влади, політиків, відомих експертів). Публічною є і мова ворожнечі, вміщена у нормативних актах, передана чи надрукована за допомогою засобів масової інформації, вміщена у рекламі тощо. Вимоги щодо недопущення використання мови ворожнечі, які висуваються до публічних осіб, є значно жорсткішими у порівнянні із пересічними громадянами. Приватна мова ворожнечі – використання конструктів, заснованих на некоректному та дискримінаційному ставленні до представників інших груп у приватному спілкуванні.

Мова ворожнечі буває криміналізованою та не криміналізованою. Криміналізована мова ворожнечі має містити склад злочину, відповідальність за який повинна бути передбачена чинним законодавством відповідної держави. Крім того, криміналізована мова ворожнечі повинна містити в собі діяння (погрозу, підбурювання, наклеп, заклик до дій певного характеру, заперечення, пропаганду переваги однієї групи над іншою, тощо), яке виступатиме основним елементом злочину.

Ще одну класифікацію мовної агресії пропонує Т.А. Воронова [7]. Вона поділяє прояви мовної агресії на три комунікативно-прагматичних типи:

1. «Вторгнення в мовний простір адресата». В даному випадку адресант забирає ініціативу в мові та повідомляє адресату про негативне ставлення до нього.

2. «Агресивне нав'язування адресату негативного ставлення до референта судження».

3. «Вторгнення в когнітивний простір адресата». Це означає, що відправник повідомлення прикладає всі можливі зусилля, щоб схилити адресанта до негативної думки про предмет обговорення.

Відповідно до проекту Umatі 1, проект моніторингу мови ненависті, та Hatebase2 мова ворожнечі може бути ідентифікована такими способами:

1. Вона орієнтована на групу людей, а не на одну людину. Така мова закликає аудиторію знущатися чи брати участь у насильницьких діях проти групи людей. Таким чином, в інтернет-просторі найпоширеніші види ненависті мовлення пов'язані з національністю, етносом, релігією, статтю, орієнтацією, інвалідністю та класом.

2. Може містити деякі ознаки небезпечної мови, наприклад, висловлювання, що порівнюють групу людей з паразитами чи комахами (метафоричні); припущення, що суспільство стикається з серйозною загрозою або насильством з боку певної групи або деякі люди з іншої групи псують чистоту чи цілісність суспільства.

3. Заклики, які часто спонукають аудиторію знущатися чи вчиняти насильницькі дії щодо цільової групи. Шість закликів до дій, які характерні для мови ворожнечі: дискримінувати, грабувати, бунтувати (проти групи), бити, насильно виселяти та вбивати.

Аналіз досліджень, присвячених проблемі мовленнєвої агресії та інвективності, засвідчує, що одиницю мови (передусім лексему або синтаксему) можна назвати інвективною, якщо вона вписується в певні параметри, які умовно діляться на три групи:

1. Семантичні параметри – особливості семантики мовних одиниць (інтелектуальна негативна оцінка, а також компоненти експресивності: емоційна оцінка, інтенсивність, образність, стилістична маркованість).

2. Прагматичні параметри – особливості ситуації, в якій використовується одиниця. Інвективна ситуація передбачає обов'язкову наявність інвектума (інвектива – це форма перехідної агресії), інвективної інтенції та інвективного результату (зниження соціального статусу інвектума, наявність у нього почуття ображеності). Присутність «глядачів» посилює інвективність висловлювань.

3. Функціональні параметри – спрямованість мовної одиниці на зниження соціального статусу інвектума й заподіяння йому психологічної шкоди, утвердження домінуючого становища мовця, демонстрацію сили. Реалізація інвективної функції – основний параметр, що визначає інвективність висловлювання [29].

На сучасному етапі наукового дослідження проблеми вербальної агресії вчені-лінгвісти виділяють 8 видів інвективної лексики, які домінують як у вітчизняних, так і зарубіжних друкованих текстах:

1. Слова й вирази, що позначають антисуспільну, соціально засуджувальну діяльність.

2. Слова з чітко вираженим негативним забарвленням.

3. Назви професій, які вживаються в переносному значенні.

4. Зоосемантичні метафори.

5. Дієслова із «засуджувальною» семантикою або навіть із прямою негативною оцінкою.

6. Слова, котрі містять у значенні негативну, до того ж надто експресивну оцінку особи.

7. Евфемізми різко негативного характеру.

8. Оказіональні каламбурні утворення, метою яких є приниження або образа адресата.

У мас-медійному дискурсі інвектива як одиниця вербальної агресії використовується для досягнення більшої сенсаційності, привернення уваги

суспільства до видавництва, зацікавленості аудиторії в самій проблемі розповсюдження ненормативної лексики як соціокультурного явища тощо [29].

1.3. Прийоми створення та методи запобігання мові ворожнечі

На сьогодні Інтернет - один з найефективніших способів комунікації. Всесвітня мережа сприяє консолідації різних груп людей і надає величезні можливості для поширення інформації. Ці можливості, однак, можуть бути використані у різних цілях. В тому числі із метою обмеження прав і свобод людини, пропаганди насильства і залучення користувачів, перш за все молоді, до радикальних угруповань.

Однією з ключових особливостей Інтернет є свобода слова. Мережа надає доступ до багатьох різних і раніше важкодоступних ресурсів, зміст яких, як правило, ніким не контролюється, або контроль яких є ускладненим. Загалом питання контролю контенту є досить контроверсійним і у різних країнах до цього ставляться по-різному. Наприклад, європейський підхід пропонує вирішення проблеми hate speech законодавчими методами. В той же час перша поправка до Конституції США гарантує свободу слова усім, - і це означає, що провайдер Інтернет-послуг не може бути притягнутий до правової відповідальності, якщо розміщений контент не містить безпосередні заклики до насильства.

Одним із негативних явищ, які набули поширення в мережі, є феномен кіберненависті. Відповідно до Європейської конвенції «Про злочини у кіберпросторі», під кіберненавистю розуміють поширення або надання доступу до матеріалів расистського чи ксенофобського змісту шляхом комп'ютерних систем.

В контексті боротьби із поширенням ненависті у мережі слід відзначити, що жорстке регулювання контенту та обмеження свободи може спонукати користувачів до прихильності до авторів заборонених закликів. В той же час питання необхідності реагування на екстремістські матеріали у Інтернеті та

покарання за злочини, що стимулюються цими матеріалами, є досить нагальним. Особливо це актуально у країнах із нетривалою ліберальною традицією, до числа яких відноситься і Україна, де правоохоронці надають перевагу репресивним методам боротьби із подібними явищами та злочинами, що ними спричинені.

Молодь складає чималу частку аудиторії у мережі. Саме вона стає жертвою пропаганди екстремізму і, як наслідок, виконавцем злочинів на ґрунті ненависті. Чимало ресурсів, особливо соціальні мережі, акумулюють значну кількість відвідувачів і можуть виступати в якості інструментів трансляції кіберненависті. Дискусії на форумах та в коментарях до записів можуть провокувати відвідувачів до активних дій.

Інформація та обговорення у Інтернеті можуть спричиняти агресію у реальному житті, що виливається у напади ультра правих на іноземців, представників меншин, правозахисників та антифашистів. При цьому слід зазначити, що сутички можуть мати фатальні наслідки для обох сторін.

Цілком очевидно, що Інтернет не є причиною цих жертв, проте він, як правило, виступає в якості вагомого стимулятора до радикальних дій. На ресурсах різноманітних радикальних угруповань розміщуються інструкції щодо стеження, нападів, створення вибухових речовин, поведження на допитах тощо.

Групи, які практикують насильство на ґрунті ненависті, з'являються та існують не у вакуумі: без певного ідейного середовища, без певного рівня поширеності ксенофобії у суспільстві, - вияви нетерпимості й ненависті не могли б існувати. Напади на ґрунті ненависті – це найбільш кричущий, однак далеко не єдиний прояв расизму. Страх, недовіра й ворожість до людей іншої зовнішності, кольору шкіри, розрізу очей, сексуальної орієнтації, до іншомовних і вихідців з інших країн (чи навіть регіонів та областей) виявляється на рівні повсякденного ставлення, стереотипів, побоювань, упереджень і вербальних характеристик.

Одним із найбільш потужних «каналів» трансляції цих настроїв та упереджень є засоби масової інформації. Звикаючи до своєї роботи та

сприймаючи її як повсякденне заняття, співробітники ЗМІ – журналісти та редактори – часто-густо можуть недооцінювати вплив, який чинять результати їхньої роботи на аудиторію. Тим часом трансляція ЗМІ певної думки, твердження чи погляду – певним чином легітимізує їх. За цих обставин не так важливо, чи є ці медіа друкованими чи електронними («писали у газеті» дотепер для багатьох має вагу, яка дорівнює «казали в телевізорі»), - і тим більше аудиторії нелегко розібратися, чи є оприлюднені дані правдивими, неупередженими – чи ж лише думкою; чи, навіть більше – стереотипом.

Як наслідок, трансльовані журналістами послання упередженості, остраху чи й прямого неприйняття та ненависті щодо окремих груп населення сприяють поширенню та посиленню ксенофобських настроїв у суспільстві – тобто створенню атмосфери, в якій виникають і починають діяти насильницькі угруповання. Отже, які ж причини виникнення мови ворожнечі в засобах масової інформації виділяють?

Перш за все слід зазначити, що трансляція мови ворожнечі може відбуватися свідомо та несвідомо.

Якщо говорити про несвідоме використання мови ворожнечі журналістами та редакторами, то перше, про що слід згадати, це нехтування базовими професійними стандартами: подача неперевіреної інформації, використання лексики, що спирається на стереотипи і упередження на кшталт «всім відомо, що» або «експерти стверджують, що». Подібне може відбуватися з декількох причин: недостатня кваліфікація працівників засобів масової інформації; екстрені ситуації, при яких нехтують якістю на догоду швидкості оприлюднення інформації (як це було, наприклад, в перші роки конфлікту України з Росією); суб'єктивне сприйняття журналіста чи редактора, яке базується на стереотипах та упередженому ставленні і знаходить своє відображення у матеріалах.

Стосовно свідомого використання мови ворожнечі варто сказати, що інколи журналіст використовує стереотипні найменування та вислови задля надання статті більш експресивного забарвлення; для привернення уваги до

певної суспільної теми. Також не слід забувати про джінсу. Якщо дивитись в площині вербальної агресії, то такі матеріали мають конкретну мету – налаштувати громадськість проти певної особи чи групи осіб.

«Мова ворожнечі» в публікаціях ЗМІ є реакцією журналіста або персонажа, своєрідною відповіддю на прояв упереджень, ксенофобських установок якої іншої особи або групи осіб. Автор може висловлювати обурення з приводу ксенофобських і етноцентричних висловлювань публічної особи, допускаючи при цьому кілька помилок, які не тільки не дозволяють розглядати такі матеріали як публікації антиксенофобської спрямованості, скільки дають підстави експертам говорити про зворотній вплив на аудиторію. Автори часто критикують прояви упереджень та ксенофобії тільки у відношенні тих персонажів, яких, мабуть, розглядають як представників «інших». В результаті некритичного прочитання таких матеріалів у свідомості читача формуються стійкі образи «своїх» («ми») і «інших» («вони») [18].

В Універсальній Декларації Прав Людини, статті про свободу слова та свободу вираження та «не зазіхання» на ці ж свободи - йдуть пліч-о-пліч (ст.18 та ст. 19 відповідно). Згадуючи у кримінальній хроніці, яку використовують журналісти, національність правопорушника, здійснюється ідентифікація особи, суб'єкта права. Але чи обов'язково говорити про це в публічному просторі, тобто «вірмени та азербайджанцем влаштували бійку...» - перший з варіантів. В даному випадку апеляція фактів виготовляється тільки до історичного дискурсу. Але може бути і другий, більш жорсткий – «особи кавказької національності ...». І тут, безумовно, піде мова про упередження.

Найсерйознішим середовищем для цієї категорії є Інтернет. Практично неконтрольований простір, що дає необмежені можливості для спілкування – прекрасний ґрунт для формування й розвитку будь-яких, навіть найрадикальніших ідей. Анонімність, що дає змогу розміщувати й використовувати будь-які матеріали, коментувати будь-які події та дії, висловлюватися з будь-яким ступенем нетолерантності, робить «живі

журнали», блоги та форуми тим «первинним бульйоном», у якому зароджуються нетолерантні співтовариства [23].

Журналісти, здійснюючи ідейний вплив на соціум, часто порушують основну мету ЗМІ, а точніше – надають інформацію, спотворену власними стереотипами. Яскравим прикладом таких порушень є: акцент на етнічній приналежності злочинців в кримінальній хроніці, створення негативного образу окремої національності або її представників, твердження про моральні недоліки тієї чи іншої національності.

Як результат, замість протидії проявам ксенофобії, мас медіа вдаються до створення її завуальованої форми, інакше кажучи, легітимізують «мову ворожнечі». Внаслідок цього частина суспільства, «вживаючи» таку інформацію, втрачає усвідомлення таких понять як «толерантність» та «терпимість», в результаті чого деформується думка відносно певних груп людей.

В українському законодавстві немає терміну «мова ворожнечі». Його запозичили з Міжнародного пакту про громадянські і політичні права, але деталізації в міжнародному праві немає – хіба що в рекомендації Ради Європи, що не обов'язкова до врахування. Натомість у Кримінальному кодексі та законах, що стосуються медіа, є поняття «розпалювання національної, расової та релігійної ворожнечі».

За розпалювання ворожнечі стаття 161 Кримінального кодексу передбачає покарання – п'ять років обмеження волі, а якщо є обтяжуючі обставини – вісім. В нашій країні за цією статтею майже немає вироків. «Переважно притягують до відповідальності в контексті війни на Донбасі: пости в соціальних мережах на підтримку так званих ДНР/ЛНР, заклики до російською армії щодо окупації України тощо. У таких випадках правоохоронні органи та суди послуговуються іншими нормами – тими, що забороняють заклики до повалення конституційного ладу та насильницької зміни меж території України,» – зазначає медіаюрист Максим Дворовий [50].

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення перевіряє мовників на відповідність Закону України «Про телебачення і радіомовлення». Якщо в ефірі є розпалювання ворожнечі, мовник сплачує штраф до 25% від ліцензійного збору. Розмір штрафу залежить від кількості й обсягів мовлення каналу.

Приклади і мови ворожнечі, за яку карають, і так званої межової мови – *borderline speech*, що не перетинає меж допустимого, є у справі Стомахіна проти Росії, вирок у якій ЄСПЛ виніс у 2018 році. Журналіст Борис Стомахін у власному бюлетені виступав проти агресії Росії в Чечні й підтримував «чеченських терористів». У Росії його засудили до п'яти років ув'язнення і на три роки заборонили займатися журналістською діяльністю, тож Стомахін звернувся до ЄСПЛ. Цитати з його текстів європейські судді розділили на три типи: ті, що звеличують тероризм; ті, що критикують дії Росії й чиновників; ті, що ображають православних християн і етнічних росіян. Перша та третя категорії – порушення, а друга – критика дій влади – ні. У результаті частково ЄСПЛ погодився з рішенням суддів з Росії, адже воно було ухвалено для захисту інших громадян, але у той же час наголосили на важливості свободи слова й непропорційності покарання.

Деякі дослідники привертають увагу до того, що у окремих випадках події, які відбулися насправді, користуються надмірною увагою медіа, що породжує ефект «моральної паніки». «Творення нового диявола починається з підвищеної уваги медіа до певної події, часом доволі пересічної.» В. Кулик описує, як свого часу британські ЗМІ роздули скандал довкола хуліганських дій «модів» та «рокерів». «Ця медійна паніка стимулювала активізацію політичних закликів і незвично жорсткі каральні заходи поліції та судів» [36, с. 501].

Що може допомогти знизити рівень «мови ворожнечі» в українських ЗМІ? Цензура або застосування жорстких санкцій щодо ЗМІ не можуть бути інструментом у розв'язанні цієї проблеми.

По-перше, часто стримуючим фактором для ЗМІ є моніторинги «мови ворожнечі», які здійснюють громадські організації. Тому такі моніторинги

мають бути постійним засобом контролю медіа та бути доступними широкій громадськості.

По-друге, журналістам потрібно допомогти подолати власні стереотипи, які вони мають щодо певних груп чи осіб, у силу ангажованості або необізнаності. Це досягається шляхом тренінгів та освітніх семінарів.

По-третє, потрібно виробити спільні етичні підходи до висвітлення різного роду порушень, у тому числі й кримінальних (адже «мова ворожнечі» часто присутня у прес-релізах та зведеннях МВС, які згодом використовують у своїй роботі медіа).

По-четверте, потрібно спонукати діалог медіа з представниками дискримінованих груп шляхом проведення «круглих столів», спільних навчальних семінарів тощо, а також знайомити медіа з життям таких груп. Це також завдання громадських організацій, у тому числі й журналістських.

Існує кілька способів подолання вербальної агресії в конкретних комунікативних актах, аби уникнути так званої побутової мови ворожнечі.

1. Ігнорування.

Вельми продуктивним ходом захисту від агресії може стати відсутність реакції на нетактовність на свою адресу. Дуже часто вирашна тактика в ситуації агресії – «не помічати» ворожості з боку співрозмовника й не відповідати грубістю на грубість. Це може бути мовчання у відповідь на агресивне висловлювання або відмова від продовження спілкування. Досвідчені та витримані співрозмовники можуть продовжити спілкування спокійним тоном. Така тактика в більшості випадків не дає змоги продовжувати бесіду у войовничому ключі.

Ігнорування – це метод, який унаслідок ефекту несподіванки чинить психологічний вплив на прояв агресії співрозмовника й руйнує його негативний сценарій дії. Однак варто пам'ятати, що цей метод боротьби проти агресії дієвий у тому випадку, коли ситуація не набула гострого характеру, не перейшла у відкрито образливе, неприйнятне спілкування. В іншому випадку подібна тактика може лише посилити конфлікт.

2. Переключення уваги.

Корисно в ситуації сварки чи з'ясування стосунків відвернути співрозмовника від його агресивного наміру або змінити його негативний емоційний стан, наприклад, перевести розмову на іншу тему. Як можливі способи переключення уваги можна назвати такі: несподіване запитання («Слухай, а скільки ми з тобою вже сперечаємося?»); відволікаючу пропозицію («Давай спробуємо знайти відповідь на це питання в Інтернеті», «Давай запитаємо про це спільних знайомих»); апеляцію до минулого досвіду («Із цього приводу мені пригадується випадок ...»); жарт («У нас прямо як в анекдоті ...») тощо.

3. Проектування позитивних якостей «агресора».

У певній ситуації при хорошому знанні «сильних» сторін і позитивних рис співрозмовника можна згадати ці якості (натякнути на них) за допомогою висловлювань, які підкреслюють випадковість проступку або агресивної мовної поведінки, а саме: нагадування («Ти ж доросла, розважлива людина!»); подив («Невже Ви могли сказати таке ?!»); розчарування («Мені здавалося, що ти вчиниш по-іншому ...»).

4. Позитивні оцінні висловлювання.

Цілеспрямована демонстрація схвалення, доброзичливого ставлення до співрозмовника, похвала його якостей і вчинків перешкоджають мовній агресії. При цьому важливо, щоб вираз схвалення був різноманітним за формою. Виявом позитивної оцінки можуть бути не тільки традиційні «молодець!» і «розумниця!», а й звернення до минулих успіхів («Минулого разу ви чудово впоралися з поставленим завданням, давайте цього разу зробимо ще краще!»); вдячність, підтримка думки співрозмовника («Мені подобається, як ти виконав це завдання»; «Повністю поділяю вашу думку»; «Спасибі за цікаве питання»).

5. Гумор.

Вчасно сказаний жарт може зняти напруження. Однак необхідно пам'ятати, що жарти неприязного змісту – це вже не гумор, а сарказм. Такі жарти, навпаки, можуть провокувати посилення агресії.

6. Переконавання.

Існують вимоги, порушення яких робить переконання неефективним і може викликати роздратування співрозмовника. Наприклад, щоб уникнути відповідної агресії не потрібно застосовувати такі прийоми: роз'яснювати співрозмовникові очевидні речі (наприклад, говорити, чому не можна ображати іншу людину), моралізувати («Співрозмовники повинні слухати один одного уважно»); переконувати в чому-небудь неприйнятному в цій ситуації («Завжди необхідно підходити миритися першому»); підвищувати тон (говорити роздратовано або надмірно пафосно).

Для подолання проблеми неправильного збирання та висвітлення інформації експертами Мережі етичної журналістики (Ethical Journalism Network) на основі міжнародних стандартів було розроблено текст, що дає змогу оцінити контекст журналістської мови за п'ятьма критеріями [85]:

- статус мовця: коли мовою ненависті говорять неопублічні люди, це може бути проігноровано;
- поширеність мови: приватна розмова не може завдати такої шкоди, як поширення мови ненависті в медіа середовищі;
- цілі мови: хто може стати жертвами такої мови;
- зміст і форма мови: журналіст повинен запитати себе, чи не є ця мова небезпечною;
- економічна, соціальна і політична ситуація: якщо вона напружена, то слід уникати посилення напруженості, можна згадати про зміст промови, але без прямих цитат з неї.

Серед інструментів боротьби з мовою ворожнечі такі [85]:

- Інститут розмаїття ЗМІ (The Media Diversity Institute, MDI). Ця організація базується в Лондоні та вивчає роль ЗМІ у вирішенні міжгрупових конфліктів. На її сайті міститься багато документів, підручників, звітів та практичних інструментів, пов'язаних з усіма аспектами розмаїття. Сайт містить кілька посібників з висвітлення розмаїття, щоб допомогти журналістам замислитися з приводу їх завдань.

Він включає і такий розділ, як «Етнічність», де містяться підказки для репортажів стосовно етнічних груп та аналіз статей на етнічні теми, взятих із газет з усієї Південно-Східної Європи;

- The Mediawise Trust (Велика Британія) пропонує різні статті, звіти та посібники з найбільш ефективного висвітлення розмаїття;

- у США Інститут журналістики імені Роберта Мейнарда радить журналістам перевіряти власні репортажі на коректне висвітлення п'яти тривалих факторів, які впливають на життя та соціальне напруження: раси, класу, гендеру, покоління та географії. Розглядаючи кожен з них під час створення складних репортажів, журналісти можуть чіткіше побачити проблеми і навчитися коректніше виконувати власну роботу;

- до Кодексу принципів Міжнародної федерації журналістів у 1986 році включено статтю: «Журналіст має усвідомлювати небезпеку дискримінації, яку пропагують ЗМІ, і робити все можливе, аби уникнути трансляції такої дискримінації, що ґрунтується, серед іншого, на ознаках раси, статі, сексуальної орієнтації, мови, релігії, політичних та інших переконань, національного чи соціального походження»;

- Міжнародна федерація журналістів та її Європейська секція – Європейська Федерація Журналістів заснували в 90-ті роки Міжнародну робочу групу з протидії расизму та ксенофобії (International Media Working Group Against Racism and Xenophobia, IMRAX) з метою розробити рекомендації щодо расизму та розмаїття в ЗМІ. В 2007 році Європейська федерація журналістів створила Ініціативу етичної журналістики, щоб підвищити обізнаність журналістів з викликами, з якими вони зустрічаються при висвітленні подій у дедалі більш поляризованому світі, в якому часто домінує екстремізм в релігії та культурі.

Особливістю розвитку сучасного інформаційного простору України стає широке застосування мови ворожнечі на різних рівнях комунікації: як односторонньої (традиційні ЗМІ), так і інтерактивної (безпосереднє та опосередковане). Механізм застосування такої мови спрямований на

блокування консцієнтальної реакції індивіда, деморалізацію опонента та стимулювання його до певних дій.

Український народ активно утворює нові слова на позначення різних явищ, особливо тих, що пов'язані з суспільно-політичними подіями, відомими громадськими діячами й політиками, російсько-українськими відносинами тощо. Дуже часто такі слова-інновації мають негативне забарвлення, що переходить межу толерантності.

У словнику-тезаурусі лексичних інновацій, який уклала професорка Світлана Жаботинська, систематизовано слова, що виникли у зв'язку з політичними подіями в період із грудня 2013 до грудня 2014 року та були поширені в медіа. Дослідниця стверджує, що такі слова стали потужним інструментом у консцієнтальній війні [21].

Сучасні медіа спрямовують свої зусилля на привернення уваги аудиторії й отримання її лояльності. В епоху доступу аудиторії до численних інформаційних і розважальних продуктів ЗМІ ведуть боротьбу за найбільш дефіцитний ресурс – увагу. Аналіз медійної практики доводить, що журналісти вдаються до різних технологій формування аудиторії, серед яких особливе місце посідають вербальні, що передбачають застосування спеціальних мовних засобів, зокрема на лексичному рівні, – емотивних, оцінних, образних.

Для уникнення інтолерантного ставлення та водночас привернення уваги аудиторії варто запроваджувати вербальні технології, що нейтралізують мовленнєву агресію, не зменшуючи емоційно-забарвленого впливу.

Доцільно, на наш погляд, послуговуватися такою стилістичною фігурою, як евфемізм. За висловом професорки О. Селіванової, термін означає «навмисну заміну знака певного поняття описовим найменуванням або іншим знаком для усунення небажаних, надто різких, недостатньо ввічливих слів шляхом їхнього пом'якшення або шифрування через заборону на вживання деяких слів, зумовлену соціально-політичними, історико-культурними, релігійними, етичними й естетичними чинниками»[47]. Деякі варіанти заборонених висловів і коректної лексики представлено у таблиці 1.1.

Коректна заміна слів, що продукують мову ворожнечі

Заборонені вислови	Рекомендовані еквіваленти
москалі, кацапи	росіяни
негри	темношкірі; громадяни України, які мають африканське походження, – афроукраїнці
хачі, хач, хачик	вірмени
азери	азербайджанці
жиди	євреї
хохли, салоїди, бандерівці	українці
цигани	роми
бульбаші	білоруси
інваліди, люди з особливими потребами, люди з обмеженими можливостями, неповносправні	люди з інвалідністю; прийнятно: люди з особливими <i>освітніми</i> потребами
сліпі люди	незрячі
люди з вадами	люди, які мають захворювання...
алкоголіки, алкаші, аватары та ін.	люди з алкогольною залежністю
наркомани, наріки, торчки та ін.	люди з наркотичною залежністю
аутист	людина з аутизмом
прикутий до інвалідного візка	людина, яка пересувається у візку
каліка	люди, які отримали каліцтва, або люди з ампутацією
контужений	людина з контузією
біженці (щодо осіб зі Сходу України)	тимчасово переселені особи, вимушені переселенці
нелегали	мігранти без документів
бомжі	люди без місця постійної реєстрації
зек, сидівший	ув'язнений; людина, що відбуває/ відбувала покарання у місцях позбавлення волі
гомосексуаліст, педик та ін.	гомосексуал
гомосексуалізм	гомосексуальність
нетрадиційна орієнтація	гомосексуальна орієнтація
натурал(-ка)	гетеросексуал(-ка)
секс-меншини	геї, лесбійки, бісексуальні люди
зміна статі	корекція статі
гермафродитизм	інтерсексуальність
СБУшник	працівник СБУ
мент	поліцейський
проститутка, повія, жінка легкої поведінки, жриця кохання, нічний метелик	секс-працівниця, секс-робітниця, жінка, яка залучена до секс-роботи

Цікавий досвід використання евфемістичних висловів практикує видання «Українська правда», що засвідчує виявлений фрагмент тексту: «Тайсон Ф'юрі оголосив про завершення кар'єри та послав усіх під три чорти. ... Зауважимо, що одну з фраз довелося пом'якшити до «йдіть усі під три чорти», адже оригінал звучатиме ненормативно.

Серед інших мовних засобів слід виділити:

- синоніми, що допоможуть замінити інтолерантні слова («товста людина» – «людина пишної форми»);

- перифрази, які дадуть змогу зберегти емоційне забарвлення та уникнути некоректності («не будь свинею» – «не будь тією людинкою, що догори щетинкою»);

- фразеологічні конструкції, завдяки яким журналіст зможе не лише поінформувати, а й розважити аудиторію (наприклад, замість «послав на три літери» – «послав туди, куди Макар телят не ганяв»);

- для збереження гендерного балансу варто використовувати іменники і чоловічого, і жіночого роду (зокрема із суфіксами -к-, -ин-: акторка, філологиня); у тих випадках, де неможливо використати ці суфікси з огляду на обмежені словотворчі ресурси, рекомендовано вдаватися до моделі «пані + іменник чоловічого роду», як-от: пані гід, пані посол та ін.) [20].

Окрему групу становлять слова, використання яких необхідно вважати недопустимим у мові медіа. Ці заборонені вислови демонструють вияв агресії стосовно різних груп людей за національністю, релігійними віруваннями та ін.

Експерти також радять журналістам:

- 1) не переносити негативні характеристики окремої особи, яка належить до певної національної меншини, на всіх представників;

- 2) не покладати відповідальності за вчинки однієї людини на всіх представників меншини;

- 3) звертатися по консультацію до фахівців – громадських експертів, істориків, філософів;

- 4) уникати акцентування на етнічному походженні правопорушників;

5) запровадити єдиний стиль подання інформації щодо етнічного походження правопорушників – «громадянин України» та «не громадянин України».

Таким чином, оскільки джерелом мовленнєвої агресії можуть бути і журналісти, і аудиторія, варто виробити механізми запобігання цьому явищу для обох сторін (у журналістських матеріалах через саморегулювання та в коментарях – через попереднє модерування).

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ МОВИ ВОРОЖНЕЧІ

2.1 Українські дослідження мови ворожнечі

Сьогодні проблема поширення «мови ворожнечі» набула нового вияву у зв'язку з розвитком нових медіа (блогосфера, соціальні медіа тощо).

У соціальних медіа мова ворожнечі – це такий вид письма, який зневажає і, ймовірно, може заподіяти шкоду або створити реальну небезпечну ситуацію для певної особи та/або групи осіб. Це упереджене, вороже ставлення, ненависницька мова, спрямована на соціальну групу через деякі фактичні або надумані (наприклад, стереотип стосовно кримінальності певного етносу або нації) характеристики [78]. Це своєрідна мова, яка демонструє чіткий намір нанести шкоду, розпалювати чи сприяти ненависті. Навколишнє середовище соціальних медіа та інтерактивний Web2.0 забезпечує благодатний ґрунт для створення та обміну повідомленнями ненависті проти гіпотетичного ворога.

Ці настрої висловлюються на сайтах з огляду новин, Інтернет-форумах, дискусіях в групах, а також на сайтах з мікро-блогами.

На даному етапі мова ворожнечі є недостатньо дослідженою. На це вказує хоча б й те, що немає чітко встановленого визначення терміну «мова ворожнечі». В більшості країн таке мовне явище має приблизно однакові характеристики, але десь вони вужчі і охоплюють мінімальну кількість проявів ненависті, в деяких країнах ці прояви нечіткі та важко доказові, а є країни, в яких терміну «мова ворожнечі» немає взагалі.

Мову ворожнечі як явище у вітчизняних засобах масової інформації досліджують Д. Дуцик, О. Горбачова, Г. Черненко, Т. Ісакова, В. Савончак. Використанню мовних засобів в умовах конфліктів також присвячені дослідження Н. Шумарової, А. Бойко, М. Буткевич та інших. Особливості медіа-середовища як ґрунту для породження нових смислових форм досліджені К. Єнсеном, Г. Почепцовим.

Київський міжнародний інститут соціології у квітні-травні 2011 році провів дослідження явища кіберненависті в українському сегменті Інтернету. Дослідження складалося з контент-аналізу коментарів на основних суспільно-політичних електронних ЗМІ та опитування інтернет-аудиторії. Було проаналізовано 20 найпопулярніших сайтів. Результати дослідження показали, що 71% інтернет-дискусій в коментарях до статей та новин містять ненависницькі коментарі. Найбільшу частку ненависницьких коментарів містять дискусії на сайтах Газета.Ua та ТСН.ua, найменшу – Korrespondent.net та Фінанси.Ua. Близько 9% статей на суспільно-політичних сайтах містять прояви ненависті, серед них третина таких висловів належить авторам статті, а близько 70% с цитуванням інших людей. Дослідники також виділили основні об'єкти та напрямки кіберненависті:

- проти політиків (основними об'єктами кіберненависті на момент дослідження були Віктор Янукович та Юлія Тимошенко) ;

- проти людей з іншими поглядами (нетерпимість найчастіше стосувалася українських націоналістів, прихильників Партії регіонів та прихильників комунізму: близько половини негативних коментарів було сказано на адресу націоналістів, 17% проти прихильників Партії регіонів, 15% – проти прихильників комунізму);

- проти представників інших національностей (майже всі коментарі сконцентровані навколо: росіян (43%), українців (42%) та євреїв (13%). Інші національності майже не представлені. Кожний десятий містить заклик до знищення) ;

- проти представників інших регіонів України (ненависницькі коментарі лише мешканців заходу, сходу та півдня. При цьому більше половини коментарів (65%) стосувалися саме представників західних областей).

У 2015 році проєкт «Без кордонів» громадської організації «Центр Соціальна Дія» надав звіт стосовно моніторингу мови ворожнечі в українських ЗМІ у 2014 році. Слід зазначити, що час перевірки припав на момент Євромайдану, анексії Криму та АТО.

У своєму дослідженні проєкт «Без кордонів» опирався на таке визначення мови ворожнечі, як «некоректні висловлювання на адресу етнічних, релігійних, певних соціальних груп та спільнот, або ж на адресу окремих індивідів як представників/представниць цих спільнот».

Загалом було виявлено 424 випадки вживання мови ворожнечі, з них зокрема цитування явно ксенофобських висловлювань (64%), згадка особи/групи в образливому чи принизливому контексті (18%), створення негативного образу (8%), твердження про неповноцінність групи як такої (7%), твердження про кримінальність тієї чи іншої групи (2%), звинувачення у негативному впливі на суспільство, державу тієї чи іншої групи (1%), твердження про моральні недоліки групи (0,5%), звинувачення групи в спробах захоплення влади (0,2%). Найбільше прикладів мови ворожнечі знайдено в друкованих виданнях (173 випадки), в Інтернет-ЗМІ – 135, на телебаченні – 116. За даними моніторингу, найбільше проявів мови ворожнечі було в травні 2014 року.

Найбільшу кількість проявів мови ворожнечі було зафіксовано щодо українців. Друга за кількістю проявів згадувань мови ворожнечі група – росіяни, згадування яких в моніторингу враховувалося як в контексті етнічності (представленої, передовсім, зневажливими етнонімами), так і за використання слів «росіяни» або «русские» на позначення громадян Росії та росіян за походженням.

Третя за чисельністю проявів група — чеченці. Згадки про «чеченців» у складі озброєних загонів, які брали участь на антиукраїнському боці у конфлікті на Сході України, слугували виокремленню саме цієї групи з-поміж учасників конфлікту, і супроводжувалися узагальненнями щодо цілої етнічної групи на основі дій окремих осіб, а також відвертими упередженнями.

Виокремлення «вихідців з Кавказу» теж увійшло до п'ятірки «лідерів» за кількістю згадувань. У більшості випадків не надавалося ніяких подальших пояснень або уточнень щодо конкретної етнічної приналежності або національності.

Також у «п'ятірці» — кількість проявів мови ворожнечі щодо ЛГБТ-спільноти. Варто зауважити, що, на відміну від інших груп, зазначених вище, журналісти щодо цього об'єкту мови ворожнечі вживали більше власних виразів, аніж цитували інших.

Також до першої десятки увійшли у відповідному порядку: мешканці західної України, темношкірі, жінки, євреї та мешканці східної України [36].

Експерти об'єднання «Центр контент-аналізу» у 2015 році провели дослідження стосовно використання «мови ворожнечі» в українських ЗМІ.

Контент-аналіз був проведений на основі моніторингу 940 828 повідомлень українських ЗМІ та 1500 провідних українських блогерів у Facebook за серпень 2015 року за темами Росії, Криму та Донбасу за допомогою системи моніторингу ЗМІ «Медіатека».

За результатами контент-аналізу встановлено, що рівень використання «мови ворожнечі» в українських ЗМІ досить низький (1,7% від кількості повідомлень на тему Донбасу, Криму та Росії). «Мова ворожнечі» переважно використовується у повідомленнях щодо агресії Російської Федерації та значно менше – для оцінки дій донбаських сепаратистів.

Найбільш вживаними в українських ЗМІ є 9 груп слів і виразів, які мають принизливу оцінку, для висвітлення подій на Донбасі, Криму та Росії, а саме: «ватнік», «москаль», «рашизм»/«рашист», «мордор», «лугандон», «колорад», «раша»/«рашка», «кацап» і «московіт».

Контент-аналіз ТОП-50 українських ЗМІ (за кількістю аудиторії) засвідчив, що найбільше вдаються до «мови ворожнечі» такі медіа: «Корреспондент.net», 24tv.ua, TSN.ua, «Цензор.net», «Голос України», «Укрінформ», «ЛігаБізнесІнформ», «Газета по-українськи» та «Сьогодні.ua».

ЗМІ переважно цитують інших спікерів (53%), які використовують «мову ворожнечі». Утім, 47% – авторські публікації у ТОП-50 ЗМІ, що здебільшого припадають на колонки (блоги) «гостьових» авторів – громадських та політичних діячів [19].

У листопаді 2015 року Інститут масової інформації проаналізував, як провідні українські друковані та інтернет-ЗМІ висвітлюють конфліктно чутливу тематику, зокрема, чи використовують мову ворожнечі, та чи приділяють достатньо уваги групам населення, що постраждали внаслідок конфлікту. Для аналізу були взяті чотири друкованих видання: журнали «Новое время», «Країна» та газети «Вести», «Сегодня», та п'ять інтернет-ЗМІ: «Українська Правда», УНІАН, LB.ua, «Ліга», та «Обозреватель».

Під час моніторингу ЗМІ на дотримання професійних журналістських стандартів друкована преса отримала 4,82 з 6-ти можливих балів. Найвищі показники з дотримання стандартів отримали журнал «Новое время» – 5,6. Газета «Сегодня» отримала 4,83 бали, трішки нижчі показники зафіксовані у журналі «Країна» – 4,75 бали та в газеті «Вести» – 4,09 бали.

Найчастіше в українських друкованих ЗМІ порушувався стандарт повноти представлення фактів. Так, в українській пресі цей стандарт порушувався у 36% матеріалів. Найліпші результати з дотримання цього стандарту зафіксовано в журналі «Новое время».

Варто зазначити, що в друкованих ЗМІ також порушується стандарт точності. Під час моніторингу в 30% матеріалів було порушено цей стандарт.

Один із професійних журналістських стандартів, порушення якого свідчить про пропагандистський характер матеріалу – відокремлення фактів від коментарів. Під час моніторингу в друкованих ЗМІ було зафіксовано 21% матеріалів з порушенням цього стандарту. Експерти ІМІ вважають, що цей показник є високим. Найчастіше цей стандарт порушувався в газеті «Вести».

Інші стандарти, такі як: оперативність, баланс думок та достовірність – порушувалися значно менше.

В результаті цього дослідження було виявлено, що у роботі засобів масової інформації є три основні проблеми: неперевірена інформація, неточність формулювань та випущення з уваги мільйонів людей (від мешканців окупованих територій до родин військових, волонтерів, дітей та ін.).

У січні-лютому 2017 року ГО «Інститут масової інформації» провів моніторинг інтернет-видань окупованих районів Донецької та Луганської областей України на наявність мови ворожнечі. Моніторингу підлягали 8 найпопулярніших інтернет-сайтів так звані «ДНР» та «ЛНР».

За результатами дослідження кожна десята новина інтернет-видань містить пряму мову ворожнечі. Причому переважна кількість таких новин (95%) стосується українських громадян та влади. Окрім того, 11% матеріалів на аналізованих ІМІ ресурсах виявилися фейками. Причому 87% всіх фейків стосувалися інформації про події в Україні і, зокрема, в зоні АТО.

Загалом, було оцінено 2097 новин, що вийшли у період з 17 по 25 січня 2017 року. [1]

Протягом березня 2018 року експерти ІМІ провели моніторинг 11 провідних українських інтернет-ЗМІ на предмет висвітлення ЛГБТ-спільноти. Загалом протягом періоду моніторингу було зафіксовано 105 публікацій, пов'язаних із ЛГБТ-тематикою. При цьому виявилось, що 60% новин про ЛГБТ стосувалися секс-скандалів чи жовтих новин зі сфери шоу-бізнесу (63 новини зі 105).

Дослідження показало, що приблизно 20% новин про ЛГБТ у ЗМІ, що підлягали моніторингу, містили гомофобні вирази, маніпуляції, а подекуди навіть заклики до дискримінації. Найбільшу кількість гомофобних новин було виявлено на сайтах «Вести», УНІАН та «Обозреватель». Найбільш збалансовано інформацію про ЛГБТ подавали сайти «Українська Правда», «Ліга» та Укрінформ [67].

На рівні публічного дискурсу формується уявлення про «толерантність, притаманну українцям», проте на практиці дискримінація є глибоко вкоріненою – часто настільки глибоко, що на неї не звертають уваги, вважаючи просто однією зі стратегій поведінки. Такому становищу сприяє загальна криза соціальної сфери, збільшення дистанції між різними групами населення, що, своєю чергою, разюче відбилося й на сприйнятті «інших». Образ «інших» в Україні сконструйовано здебільшого за допомогою ксенофобської політичної

риторики, дискримінаційного медійного дискурсу, уявлення про крах мультикультуралізму на Заході [17].

Схильність до ксенофобії в суспільстві соціологи визначають за індексом «соціальної дистанції» в колективній свідомості. Інститут соціології Національної Академії Наук України (НАНУ) та Київський Міжнародний Інститут Соціології (КМІС) для вимірювання цієї соціальної дистанції з початку 90-х років використовують шкалу Богардуса – американського соціопсихолога, який розробив свій метод у 1925 р. для визначення соціальної дистанції між різними національними, расовими та іншими групами. На основі відповідей опитаних, в якій ролі (членів родини, друзів, сусідів, колег по роботі, співгромадян, туристів) вони б сприйняли представників інших національних груп у країні, на 7-значній шкалі відображається індекс соціальної дистанції: чим вище число, тим більшою є соціальна дистанція між групами в суспільстві. Соціолог Наталя Паніна з Інституту соціології НАНУ виводить зі шкали Богардуса «індекс національної дистанції», який пов'язує шкалу соціальної дистанції та рівень міжетнічної толерантності.

Індекс низької соціальної дистанції від 1 до 2,5 Паніна оцінює як ідентифікацію з іншими, 3-4 відображає толерантне ставлення до інших, 4-5 – відособленість, 5-6 – ізольованість та 6-7 – ксенофобія. Дослідження рівня толерантності українського населення Н. Паніною за 1992, 2002 та 2005 рр. свідчить про значне зростання ізоляційних та ксенофобських настроїв: в 2005 р. три чверті населення виявили приховану або відкриту форму ксенофобії [63].

Таблиця 2.1 показує індекс соціальної дистанції в різних регіонах України. Дані, наведені за 2005 рік, відображають більш чітку картину того, який рівень соціальної дистанції в різних регіонах: по всім чотирьом рівням він варіюється в різних частинах України.

Хоча метод шкали Богардуса підлягає критиці за те, що він вимірює в першу чергу рівень інтеграції соціальних груп, а не рівень ксенофобії, цей метод залишається поки єдиним засобом, що дозволяє впорядкувати образи

соціальних груп в колективному підсвідомому й прослідкувати динаміку їхніх змін.

Таблиця 2.1

Рівень соціальної дистанції в різних регіонах України

Рівень міжетнічної толерантності	Частка населення з відповідним рівнем толерантності, %						
	1992	2002	2005				
	Україна	Україна	По всій Україні	Схід	Південь	Центр	Захід
Толерантність	35,2	9,9	10,4	13,2	11,4	9	8,3
Відособленість	25,2	16	14,8	15,9	12,7	11,2	23,3
Ізольованість (закрита форма ксенофобії)	33,3	48,1	49,5	50,7	46,1	55,6	42
Ксенофобія (відкрита форма)	6,3	27	25,2	20,1	29,9	24,2	26,4

У вересні 2019 року Інститут масової інформації провів моніторинг медіа на наявність мови ворожнечі. В результаті дослідження було виявлено, що градус ненависті до людей інших етносів спав (хоча ще декілька років тому було дуже багато мови ворожнечі по відношенню до ромів), але погіршилася ситуація з ненавистю, що базується на гендері.

Найбільший відсоток матеріалів, що містять дискримінацію, – це новини із секситськими заголовками та меседжами. Експерти ІМІ зафіксували, що 61,5% статей від загальної кількості матеріалів мали дискримінаційний характер. Також частина секситських матеріалів містила об'єктивізацію жіночого тіла. Журналісти брали фото з Instagram-сторінок відомих жінок та робили новини з нічого.

Мова ворожнечі щодо росіян та жителів окупованих територій – це рефлекс від російсько-української війни та реакція українських ЗМІ на агресію

Росії. Ці два види дискримінації мають 23% повідомлень від загальної кількості видань, що піддалися аналізу.



Рис. 2.1. Відсоткова діаграма з вживання мови ворожнечі в українських ЗМІ. Інститут масової інформації.

Також дослідники пропонують декілька варіантів перевірки тексту на наявність мови ворожнечі.

Один з таких варіантів виглядає наступним чином:

1. Замість згадок про жінку сформулюйте та вставте чоловіче ім'я. Якщо такий шматок тексту з «чоловіком» виглядає недолугим, це одна з ознак сексизму.

2. Сексистські вислови виховують у читачів сприйняття, що це є нормою (а це не так). Згодом ці патерни можуть переноситися в реальне життя.

3. Сексизм – це дискримінація. Через сексизм, стереотипи, які виникають унаслідок, щоденно страждають дівчата / жінки. Сексизм погіршує якість життя.

Ще один варіант перевірки тексту містить у собі п'ять пунктів з питаннями, які варто поставити при написанні матеріалу.

1. Хто говорить? Якщо мовою ворожнечі говорить не публічна людина, це варто просто ігнорувати. Якщо ж публічна – спитайте себе, у чому ж новина? Чи є у даному випадку суспільний інтерес у поширенні подібних висловлювань?

2. Частота згадок і поширеність. Чи часто вам доводиться вживати у своїх публікаціях мову ворожнечі чи це лише коротка цитата з вислову політика/посадовця? Ніяка публічна дискусія не може принести такої шкоди, як поширення мови ворожнечі у медіа.

3. Хто може постраждати від того, що ви розповсюдите мову ворожнечі? Окремі особи чи цілі спільноти?

4. Зміст і форма мови. Спитайте себе, чи не є ця мова небезпечною, провокативною та образливою? Чи може вона призвести до судового позову проти журналіста/ЗМІ?

5. Економічна, соціальна та політична обстановка. Якщо вона напружена, то слід уникати посилення напруженості, можна згадати про новину без прямих цитат з образами певних категорій людей.

2.2 Закордонні дослідження мови ворожнечі

Основний вклад у вивчення мови ворожнечі у XXI ст. зробила фахівчиня із захисту прав людини Анн Вебер. У 2009 році за сприяння Ради Європи вона випустила «Навчальний посібник з проблематики "мови ненависті"». Метою посібника є визначення саме поняття «мова ненависті» й надання рекомендації щодо критеріїв, які застосовує Європейський Суд із прав людини у розгляді справ з обмеження права на свободу вираження поглядів. Аналізуючи критерії, за якими можна було б визначити мову ворожнечі, Анн Вебер зазначила, що встановлення фактів, які можна кваліфікувати як «мову ненависті», ускладнюється тим, що висловлювання подібного типу не обов'язково містять вислови, що виражають «ненависть» або емоції. «Мова ненависті» може бути замаскована у висловлюваннях, які видаються, на перший погляд,

раціональними та слухними. З іншого боку, аналізуючи відповідну літературу і принципи, присутні у прецедентному праві Європейського суду та інших органів, можна зустріти параметри для знаходження різниці між висловлюваннями, які хоч і є образливими за своєю природою, однак захищені правом на свободу вираження поглядів, та висловлюваннями, на які цей захист не поширюється [4].

Також особливу увагу дослідниця приділила розгляду конкретних справ та відповідних рішень Європейського суду з прав людини. Вебер указує на численні критерії, що ними керується у своїй діяльності Суд. Це, зокрема, встановлення мети і змісту висловлення, актуальності інформації для суспільства, її місце в політичній конкуренції, способі поширення, аудиторії, якій адресовано інформацію, тощо [4].

У 2017 році в період з 26 по 27 лютого було проведено соціологічне онлайн опитування компанією YouGov серед британців з приводу посилення та розширення існуючих законів про розпалювання ненависті для захисту людей з обмеженими можливостями.

65% з опитаних 2017 британських дорослих вважають, що протизаконно використовувати загрозливі слова або поведінку з метою розпалювання ненависті по відношенню до інших людей через їх розумові або фізичні вади. Цей показник вище, ніж у 63% опитаних, які підтримують існуючі закони, що охоплюють расу, релігію та сексуальну орієнтацію.

В аналогічному опитуванні за 2015 рік лише 53% респондентів вважають, що використовувати загрозливі слова або поведінку з метою розпалювання ненависті по відношенню до інших людей через інвалідність є протиправним та протизаконним [80].

У 2018 році психолог Майкл Макбіт виявив міцний зв'язок між мовою та емоційною системою. Ним був проведений експеримент, де респондентам було запропоновано розглянути пари англійських односкладових слів, які відрізняються лише тим, який голосний звук в цих словах наявний – «eee» чи «uh», наприклад, «gleam-glum» та «seek-suck». Використовуючи всі такі пари

англійської мови – їх близько 90 – людей попросили оцінити, яке слово в парі було більш позитивним. Учасники обирали слово із звуком «eee» у двох випадках з трьох. Це неабиякий відсоток, оскільки якби мовні звуки та емоції не були пов'язані між собою і люди обирали зі випадково, лише половина слів з «eee» була б оцінена більш позитивно. Звичайно, мотивувати когось вчиняти злочин на ґрунті ненависті потрібно набагато більше, ніж вимовляти «хвороба» або «сир».

Але слід враховувати, що симуляції з повторенням стають швидшими. Коли хтось вперше чує нове слово чи поняття, створення його моделі може бути розумово трудомістким процесом. Хороший комунікатор може допомогти, використовуючи жести рукою, щоб передати моторне моделювання, вказуючи на предмети чи зображення, щоб допомогти створити імітацію сприйняття та використовуючи міміку або голосову модуляцію для спонукання до емоційного моделювання.

Має сенс твердження, що ехокамера соціальних медіа забезпечує практику, необхідну як для швидкості, так і для формування імітації. Ментальне моделювання «каравану» може змінитися від емоційно нейтрального ряду верблюдів до емоційно зарядженої орди торговців наркотиками та насильників. І завдяки моделюванню, яке виникає внаслідок багаторазового читання подібних дописів, повідомлення стає більш правдоподібним, оскільки кожне повторення створює так званий ефект присутності, коли мозок змушує людину переживати те, про що вона читає так, наче людина бачила це на власні очі.

Психолінгвіст Ден Слобін припустив, що звичні способи розмови ведуть до звичних способів мислення про світ. Мова, яку ви чуєте, дає вам лексику для обговорення світу, і ця лексика, створюючи імітацію, дає вам розумові звички. Так само, як читання страшної книги може змусити вас боятися їхати до океану, тому що ви імітуєте (надзвичайно рідкісні) напади акул; читаючи повідомлення про інші групи людей (і їх надзвичайно рідкісну злочинну поведінку), можна у висновку отримати перекошений погляд на реальність.

Оскільки моделювання створює відчуття перебування в ситуації, воно мотивує ті ж дії, що і сама ситуація. Імітація страху та гніву буквально робить вас страшними та злими та сприяє агресії. Імітація співчуття та співпереживання буквально змушує вас діяти доброзичливо [84].

Ненависть на вулицях прогресивно супроводжується онлайн «злочином ненависті». Статистика IUSTITIA (чеська юридична організація, що займається злочинами на ґрунті ненависті) вказує, що кількість інцидентів в Інтернеті майже вдвічі збільшилась у 2014 – 2017 роках. У 2014 році в IUSTITIA повідомлялося про 23 інциденти в Інтернеті, а трьома роками пізніше – 44, що відповідає приблизно третині всіх інцидентів, зареєстрованих у 2017 році. Очевидно, що інциденти в Інтернеті представляють лише невелику частину «кіберненависті». Зазвичай це найбільш розрекламовані випадки або випадки, які розслідує поліція [87].

У 2013 році в своїй статті «Регулювання мови ненависті» Джеймс Бенкс розглянув проблему поширення мови ненависті. За його словами, Інтернет надає людям можливість перетинати кордони та руйнувати реальні світові бар'єри. Основні його переваги є також його основними недоліками: анонімність, безпосередність та глобальний характер Інтернету. Ці характеристики роблять його ідеальним інструментом для пропаганди ненависті. Як уже було сказано раніше, останніми роками кількість ненависті в Інтернеті зростає. Орієнтовна кількість веб-сайтів, що розпалюють ненависть у 2010 році, становила близько 8000, кількість яких, ймовірно, зростає за останні роки. Бенкс стверджує, що мова ненависті в Інтернеті посилюється кількома факторами: мільярди людей можуть бути досягнуті, хоча і недорогими методами, які мають потенціал для народження колективної ідентичності.

Крім того, Інтернет все ще є досить нерегульованим і майже необмеженим доступним середовищем швидкого спілкування. Інтернет також зменшує будь-яке стримування у критиці інших, оскільки людям не потрібно розкривати свою особу. Такі небезпеки, пов'язані з анонімністю Інтернету,

призвели, наприклад, до неодноразової вимоги заборони анонімних публікацій, висловленої, наприклад, австрійськими журналістами.

Через окреслений характер Інтернету, поширення в ньому мови ворожнечі має більший потенційний вплив, ніж якщо це виражається за допомогою інших засобів масової інформації. Особливо це стосується розгляду контекстуальних елементів мови ненависті з точки зору мети інкримінованого діяння та впливу, який він має на демократичні принципи сучасного суспільства [82].

У 2014 році учасниками організації ELSA (European Law Students' Association) був випущений фінальний звіт, темою якого було правове дослідження мови ворожнечі в Інтернеті. У цьому звіті були зібрані відповіді представників різних європейських держав на питання відносно мови ворожнечі та її регулювання. За основу було взято 11 запитань, серед яких були наступні: Як у вашому національному законодавстві визначається мова ненависті? Які ключові контекстуальні елементи для визначення «мови ненависті»? Чи завжди більший ефект від поширення в Інтернеті сприяє більшому потенційному впливу мови ненависті в Інтернеті; чому? Яким чином національне законодавство (якщо воно взагалі є) розмежовує богохульство (наклеп на релігійні переконання) та мову ненависті на основі релігії? Триває суперечка щодо «анонімності в Інтернеті» та криміналізації мови ненависті в Інтернеті, зазначеної в «Додатковому протоколі до Конвенції про кіберзлочинність, щодо криміналізації діянь расистського та ксенофобського характеру, вчинених за допомогою комп'ютерних систем»; Чи слід юридично змушувати веб-сайти розкривати особу людини, яка є джерелом такої мови ненависті в Інтернеті, і чи це можливо? Який зараз статус у вашій країні? Чи можливе законодавчо обов'язкове визначення поняття «мова ненависті» на національному рівні? Чи це можливо і потрібно на міжнародному рівні; чому? Як у вашому національному законодавстві описані «розпалювання ненависті», «залакування» та «провокація»? Чим вони взагалі відрізняються? та ін.

В дослідженні прийняли участь представники 17-ти держав: Австрії, Бельгії, Італії, Чехії, Франції, Німеччини, Норвегії та ін.

Стосовно визначення терміна «мова ворожнечі» більшість країн зійшлася на тому, що мовою ворожнечі вважається розпалювання та заохочення ненависті, дискримінації чи неприязні по відношенню до особи, що відрізняється від інших за певною характеристикою, наприклад, за сексуальною орієнтацією або гендерною ідентичністю. Тобто мовою ворожнечі є не лише конкретні слова, а й схвальна реакція на них.

Також всі експерти зійшлися в думці про необхідність законодавчого регулювання мови ворожнечі в Інтернеті. Головною ж проблемою у досягненні правового порядку в Інтернеті вважають, по-перше, розмиті межі між поняттям «мова ворожнечі» та «свобода думки», а по-друге, самі методи контролю мови ворожнечі. Наприклад, якщо мову ворожнечі поширюють з анонімного джерела, чи є правомірним змусити модераторів надати особисті дані «аноніма»; як збирати доказову базу стосовно поширення мови ворожнечі; як на законодавчому рівні виділити критерії, за якими можна було б визначити мову ворожнечі, та ін. [82].

Отже, слід зазначити, що на даному етапі таке явище як «мова ворожнечі» активно досліджується не лише закордонними науковцями, а й нашими співвітчизниками. Наразі закордонними дослідниками в основному вивчається мова ворожнечі в межах психолінгвістики, психології та функціонування її в мережі Інтернет.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ЗАПОРІЗЬКИХ МЕДІА НА НАЯВНІСТЬ МОВИ ВОРОЖНЕЧІ

Об'єктом для ненависті, агресії та ворожого ставлення зазвичай є соціокультурна група, яка належить до інших національностей, етнічних груп, релігій, партій, орієнтацій тощо. Зрозуміло, що сила та діапазон вияву цих одиниць можуть бути зумовлені багатьма чинниками, серед яких значну роль відіграє соціокультурний контекст, соціокультурний простір та час.

Згідно з оцінкою незалежних громадських організацій, які здійснюють моніторинг інформаційного простору, практика використання мови ворожнечі суб'єктами вітчизняної інформаційної сфери залишається досить низькою. Зокрема, за підсумками контент-аналізу, здійсненого у серпні 2015 року експертами об'єднання «Центр контент-аналізу», встановлено, що рівень використання мови ворожнечі в українських ЗМІ не є високим (1,7%) від кількості повідомлень на тему Донбасу, Криму та Росії [30]. Проте дискурс ненависті варто вивчати стосовно різних соціокультурних груп, оскільки мова ворожнечі не вирізняється стійким обмеженим характером вияву.

З метою визначення специфіки вияву мови ворожнечі у сучасних ЗМІ нами було проведено моніторинг матеріалів популярних онлайн-видань міста Запоріжжя (061, IPnews+, Forpost, Reporter.ua) за період з 1 травня 2019 року по 30 листопада 2019 року. Обрані ЗМІ входять до топ-5 онлайн-медіа Запоріжжя, які моніторить у своїх дослідженнях Інституту масової інформації [5]. До вибірки потрапили матеріали, які мали елементи мови ворожнечі. Загалом ми нарахували 228 таких публікацій.

У рамках цього моніторингу у фокусі нашої уваги були такі групи:

1. представники різних етнічних груп;
2. представники різних національних груп;
3. особи за статевою ознакою;
4. люди з інвалідністю;

5. представники різних соціальних груп (біженці/мігранти, люди без постійного місця прописки та ін.).

Мова ворожнечі на ґрунті етнічної та національної приналежності

Використання мови ворожнечі відносно етнічних груп – явище, яке зустрічається в запорізьких медіа досить часто. Громадяни східних держав і роми – дует, щодо якого в запорізьких ЗМІ продовжують нав'язувати стереотипи про їхню злочинну природу. До того ж за весь період дослідження нами не була знайдена жодна стаття, де згадка національності була б виправдана.

Наприклад, в публікації «В столичном кафе кавказцы устроили поножовщину из-за неоплаченного счёта (Видео 18+)» від 03.07.2019 р. на сайті IPnews+ національність злочинців, окрім згадки в самому журналістському матеріалі, винесена ще й у заголовок, хоча на подібну акцентуацію немає жодної причини (злочин скоєно не через національні непорозуміння або провокацію зі сторони інших відвідувачів та/чи персоналу закладу).



IPnews+

В столичном кафе кавказцы устроили поножовщину из-за неоплаченного счёта (Видео 18+)

3 ИЮЛЯ 12:39 2019 **УКРАИНА** 0 5

Мужчины не захотели оплачивать счет, поэтому устроили драку. В среду, 3 июля, в Киеве, в «Арена-сити» произошел конфликт между мужчинами кавказской национальности и охранниками кафе «Линас». Кавказцы открыли счет в заведении в 01.41 и до утра посидели на сумму 3 773 гривны. Когда они закончили отдыхать, то решили просто уйти, отказавшись оплачивать счет. В этот момент [...]

Мужчины не захотели оплачивать счет, поэтому устроили драку.

В среду, 3 июля, в Киеве, в «Арена-сити» произошел конфликт между мужчинами кавказской национальности и охранниками кафе «Линас».

Кавказцы открыли счет в заведении в 01.41 и до утра посидели на сумму 3 773 гривны. Когда они закончили отдыхать, то решили просто уйти, отказавшись оплачивать счет. В этот момент подошла охрана и началась драка. Один из посетителей заведения достал нож и ранил охранника в руку. На место вызвали медиков, которые оказали ему помощь.

Также в кафе приехали экипажи патрульной полиции, следователи и полиция охраны.

Предупреждаем, что на видео присутствует ненормативная лексика.

Рис. 3.1. Приклад мови ворожнечі, що базується на етносі. IPnews+, липень 2019 р.

Подібні висловлювання в публікаціях укорінюють стереотип стосовно злочинності, агресивності та певної неадекватності представників східних держав. На нашу думку, у цьому випадку доречніше було б взагалі не згадувати національність однієї зі сторін конфлікту, узагальнивши учасників словом «відвідувачі/клієнти».

Аналогічну ситуацію можна побачити і в публікації «В столице иностранец избил полицейского» від 23.07.2019 р. на сайті РепортерUA (Рис. 3.2.). В заголовку використано нейтральне слово «іноземець», але одразу ж у підзаголовку ми бачимо наступне: «В Киеве гражданин Азербайджана избил патрульного полицейского». Як і в більшості статей подібного характеру, в цьому матеріалі є недоречним вказувати національність правопорушника, оскільки вона до мотивів скоєння злочину не має жодного відношення.

Подібні новини можна класифікувати як непряму м'яку публічну форму мови ворожнечі, що призводить до фальшивої ідентифікації (розповсюдження негативних рис одного представника етносу на весь етнос в цілому).

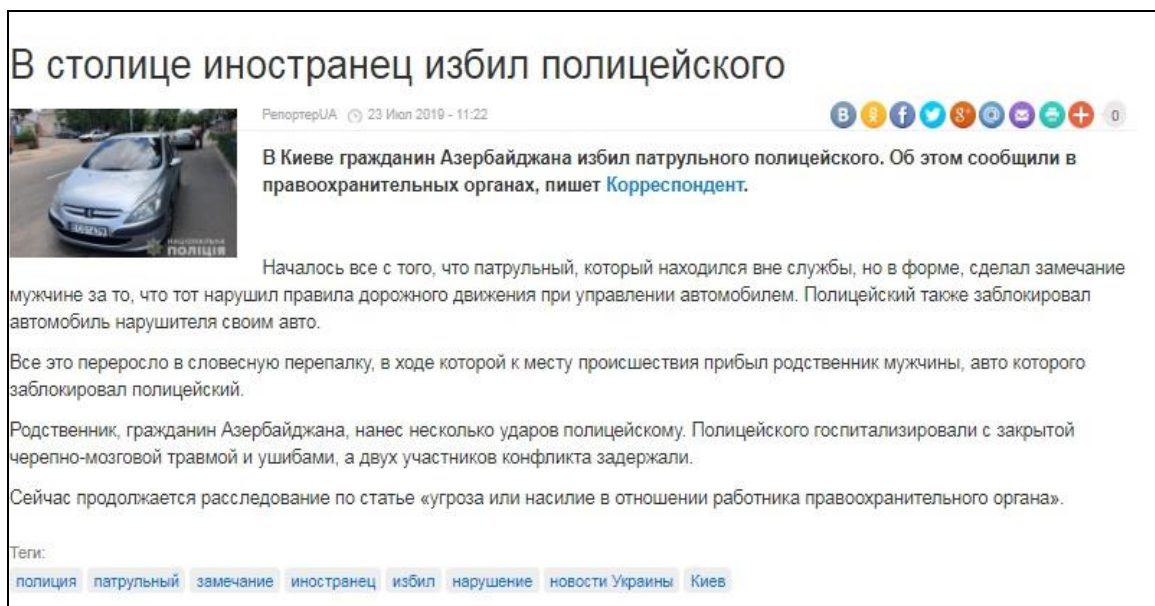


Рис. 3.2. Приклад мови ворожнечі на сайті РепортерUA (липень, 2019 р.)

Публікацій стосовно ромів значно менше, але мова ворожнечі все ще присутня. У матеріалі «В Запорож'є на дедушку напали цыгане (Видео)» від 20.06.2019 р. на сайті IPnews+ (Рис. 3.3.) вказано, що серед білого дня на

чоловіка похилого віку був здійснений напад з метою пограбування. Слід зазначити, що в тексті вказано «местные цыгане всем табором напали на бедного дедушку[...]», хоча на відео видно, що до потерпілого підійшли три дитини на вигляд років 9-11

. Подібними висловами підкріплюється стереотип, що роми нападають на беззахисних і виключно групою, що складається мало не з 10 чоловік. До того ж, якість відео не дозволяє стверджувати, що це були діти саме ромської національності, а не, наприклад, діти з неблагополучних сімей. В заголовку використано слово «цигани», що є неполіткоректним та укріплює негативне ставлення до національної меншини, підтверджуючи їхню схильність до правопорушень (в основному пограбувань, шахрайства та нападів на вразливі групи суспільства).




Рис.3.3. Приклад мови ворожнечі на сайті IPnews+ (червень, 2019 р.)


У журналістському матеріалі «В Києве п'яний водитель устроил массовое ДТП. Фото» від 09.11.2019 р. на сайті РепортерUA (Рис. 3.4.) ситуація з описом представників ромської національності краща, але не набагато. В заголовок національність винуватця ДТП не винесена, але вона згадана у

самому матеріалі. Добре, що журналісти правильно вказали етнічну належність правопорушника, але погано, що її вказали без очевидних на те підстав, оскільки злочин скоєно через алкогольне сп'яніння, а не з етнічних причин. Також у тексті вказано, що підозрюваний в минулому був сутенером, але не вказано на підставі чого зроблено такий висновок, тобто відсутній коментар поліції або інших державних структур.

В Киеве пьяный водитель устроил массовое ДТП. Фото



РепортерUA 09 Ноя 2019 - 10:05



В Киеве на Борщаговке пьяный водитель внедорожника Honda CR-V разбил девять автомобилей и пытался скрыться. Местным жителям удалось задержать злоумышленника, сообщает в субботу, 9 ноября, Информатор.

Происшествие случилось в пятницу, 8 ноября, около 20:30 на улице Семьи Сосниных.

По предварительным данным, 37-летний мужчина ромской национальности, который проживает недалеко от места происшествия, в нетрезвом виде сел за руль внедорожника Honda CR-V. Он начал движение по улице Семьи Сосниных в сторону проспекта Леся Курбаса. Поскольку водитель был сильно пьян, далеко уехать у него не получилось. Сперва он зацепил автомобиль Daewoo Lanos, а уже через 150 метров устроил грандиозное ДТП из еще восьми автомобилей.

Предположительно сперва мужчина ударил стоявшую на обочине Kia Carens, затем влетел в едущую навстречу Skoda Octavia. Octavia в свою очередь зацепила Hyundai Elantra, а «кореец» въехал в Opel Kadett. После чего Honda отбросило на другую сторону дороги, где внедорожник зацепил Peugeot и еще один Lanos.

После этого пьяный водитель вышел из машины и попытался скрыться. Однако далеко убежать ему не дали местные жители, которые схватили водителя и едва не устроили над ним самосуд. Спасли мужчину от разгневанной толпы вовремя прибывшие на место происшествия экипажи патрульной полиции и сразу же надели на него наручники.

Некоторое время спустя, правоохранители обыскали салон внедорожника. Там они обнаружили пакет с травой. Однако мужчина, насколько позволяло его состояние, отрицал, что он принадлежит ему. Местные жители сообщили, что горе-водитель проживает буквально в соседнем доме от места аварии. В прошлом он занимался сутенерством.

В результате ДТП травмы получил водитель Skoda, которого госпитализировали в ближайшую больницу. Также на месте работали спасатели ГСЧС - из разбитых автомобилей на проезжую часть вытекали горяче-смазочные материалы, которые нужно было смыть, чтобы они не воспламенились. Детали происшествия и степень вины мужчины, устроившего столь массовую аварию, установит следствие.

Рис. 3.4. Приклад мови ворожнечі на сайті РепортерUA (листопад, 2019 р.)

Мова ворожнечі на ґрунті статі та відносно людей з інвалідністю

У запорізьких онлайн-виданнях можна спостерігати матеріали, що носять відверто сексистський характер. Якщо коротко охарактеризувати подібні матеріали, то головною їхньою рисою є сенсаційність, емоційна забарвленість заголовків та примітивний клікбейт.

Щоб максимально повно проілюструвати мову ворожнечі по відношенню до жінок, ми ввели в пошуковий рядок слово «груди» (одне з основних слів, які в подібних новинах використовують для збільшення кількості переглядів) і побачили добірку майже однакових новин, але з різними «головними

героїнями». (Рис. 3.5.) В середньому такі матеріали викладаються з періодичністю раз на два-три тижні, мають приблизно однакову структуру та посилаються на особисті сторінки зірок в соцмережах: найчастіше це Instagram, рідше – Facebook або спеціалізовані джерела (журнали, проєкти та ін.).

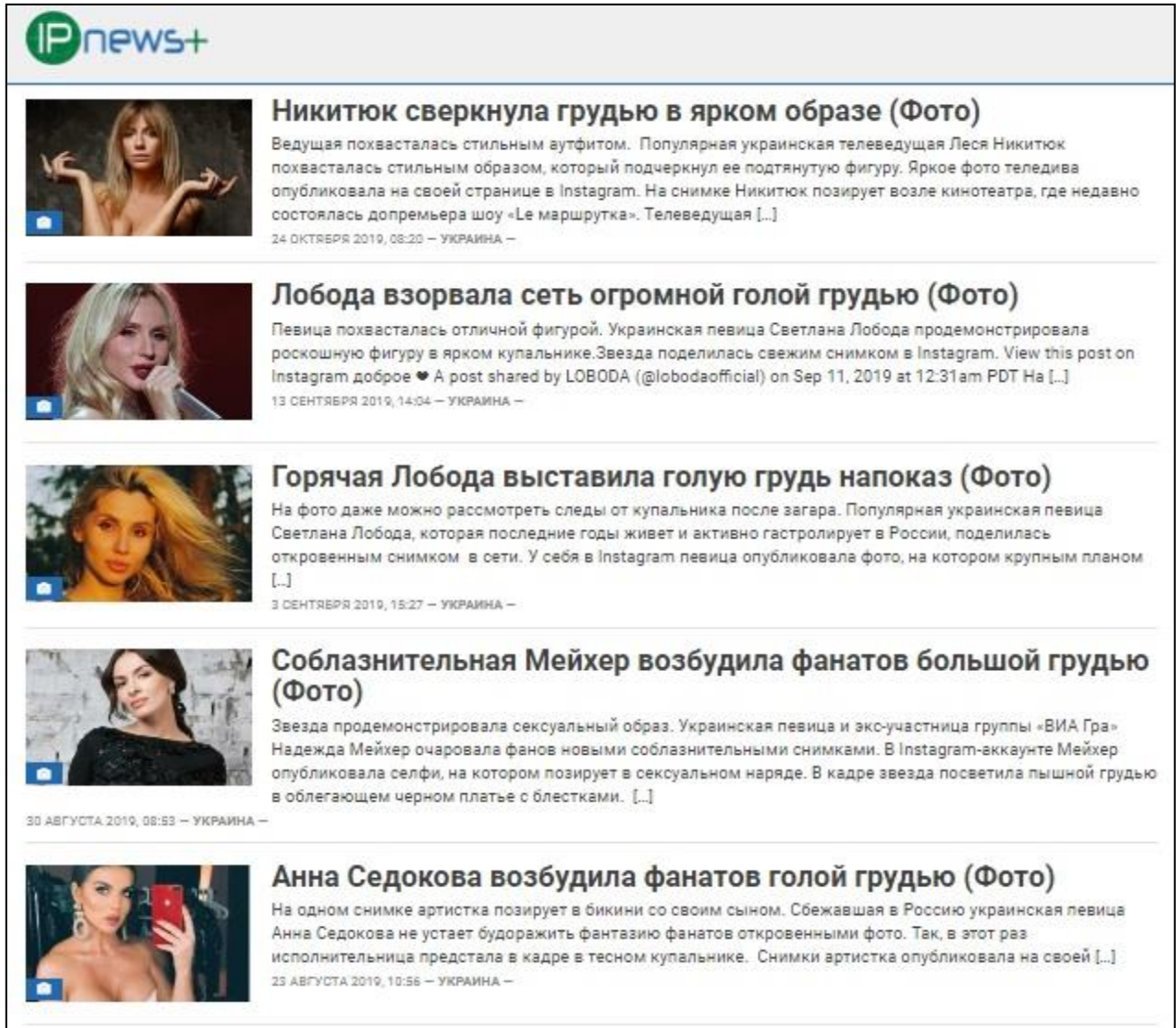


Рис. 3.5. Добірка новин з сайту IPnews+, що містять мову ворожнечі (серпень-жовтень, 2019 р.)

Важливо зазначити, що відповідно до політики мережі Instagram дописи, що містять у собі фото з оголеним тілом або його частинами, в більшості випадків видаляються модераторами. До того ж, чим більше підписників має

сторінка, тим більший шанс видалення облікового запису (без можливості його подальшого поновлення) в разі публікування на ній фото інтимного характеру. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що вся сенсаційність подібних новин є лише однією з маніпулятивних технік. Але більш важливим є те, що подібні матеріали укорінюють в головах людей думку про певного роду «доступність» жінок, а це в свою чергу призводить до цілком реальних наслідків. Загалом подібних до наведеної вище статей, написаних майже слово в слово, на сайті IPnews+ ми знайшли близько 60.

Також в деяких випадках журналісти не цураються використовувати принизливе «яжемать», що було створене на просторах соціальної мережі ВКонтакте і мало на меті висміювання жінок з дітьми, що поведяться неадекватно, а часом і дуже агресивно без якогось вагомого приводу.

Так, наприклад, у публікації «"ЯЖЕМАТЬ": Седокова виставила грудь напоказ, гуляя с маленьким сыном (Фото)» від 06.08.2019 р. на сайті IPnews+ (Рис. 3.6.) якраз чітко видно використання журналістами цього популярного терміну, що спочатку був лише мемом, а потім став певною категорією суспільства.



Рис. 3.6. Приклад мови ворожнечі в публікації IPnews+ (серпень 2019 р.)

В конкретному журналістському матеріалі немає нічого, що можна було б співвідносити з «яжматерями» та їхніми характерними рисами. Знову ж таки

«сенсаційне» фото було взяте з соціальної мережі Instagram, про політику якої ми вже згадували раніше, тобто ніяких оголених частин тіла на фото немає – звичайне фото матері з власною дитиною на пляжі у відповідному для місця вбранні.

Проблемою статей, що містять мову ворожнечі, є межа відповідальності за цитований матеріал і це породжує дискусійне питання про те, хто відповідальний за поширення й повторне оприлюднення негативно забарвленої інформації – автор висловлювання чи журналіст. Такий спосіб привернення уваги дуже продуктивний у медіа, причому видання можуть самостійно цитувати героїв публікацій або ж подавати пряму мову з посиланням на інше інформаційне джерело.



Рис. 3.7. Приклад мови ворожнечі в публікації IPnews+ (листопад 2019 р.)

Яскравим прикладом такого цитування, що поширює сексизм та сприяє об'єктивації жінок, є стаття «"Только не на лицо": столичная пельменная попала в скандал из-за сексистской рекламы (Фото)» від 21.11.2019 р. на сайті

IPnews+ (Рис. 3.7.), де подані скріншоти скандальних фото з бізнес-сторінки закладу харчування «П.Пельмени».

На фото в тексті замітки зображена дівчина, з чимось білим на обличчі та грудях, яку за волосся тримає чоловіча рука. Асоціації зі статевим актом напрошуються самі собою, тим паче, що й підписи до фото на це натякають. Варто відмітити, що оригінальний підпис від фото звучав так: «"Только не в лицо". Слова, о которых можно забыть, наслаждаясь фирменным П.пельмешком на Бессарабке». Тобто маркетологи умисно паразитують на приємних асоціаціях від сексу та від смачної їжі. В даному контексті жінку позиціонують як товар, який, як і пельмені, можна купити задля власного задоволення. Подібні матеріали закріплюють стереотип стосовно жінок, знецінюючи їх як особистостей і переводячи в категорію речей.

Ще одним прикладом цитування, яке лише підтримує мову ворожнечі, є матеріал «Российский поп обозвал суррогатных матерей проститутками» (Рис. 3.8.) від 18.09.2019 р. на сайті IPnews+. В даному випадку виявом мови ворожнечі є навіть не вживання слова «проститутки» і не винесення його у заголовок, а порівняння жінок, що виношують дитину для інших, з секс-працівницею. За рахунок такого порівняння відбувається знецінення суррогатних мам і їхніх зусиль при виношуванні плода та пологах.



Рис. 3.8. Приклад мови ворожнечі на сайті IPnews+ (вересень, 2019 р.)

У журналістському матеріалі «"Бабе – цветы": новоизбранный депутат-спортсмен от "Слуги народа" попал в скандал» від 05.08.2019 р. на сайті IPnews+ (Рис.3.9.) в заголовку було процитовано підпис до фото з профілю Жана Беленюка в Instagram. Допис, окрім вживання принизливого «баба», також акцентував увагу на класичних соціальних ролях для чоловіка і жінки: «Бабе – цветы, спортсменам – медали! Смотри, не перепутай, Кутузов!»



IPnews+

«Бабе – цветы»: новоизбранный депутат-спортсмен от «Слуги народа» попал в скандал

5 АВГУСТА 10:04 2019 **УКРАИНА**
СОБЫТИЯ И ФАКТЫ 0 3

Жана Беленюка обвинили в сексизме из-за его поста в соцсети.

Украинский борец греко-римского стиля Жан Беленюк, который является новоиспеченным депутатом от президентской партии «Слуга народа» оказался в центре скандала из-за своего поста в Инстаграм.

«Бабе – цветы, спортсменам – медали! Смотри, не перепутай, Кутузов! □□□□□
Всем позитивного воскресенья!», – подписал Беленюк фото, на котором получает медаль.

Читайте также: [ЗеКоманда уехала из Трускавца в купейных вагонах \(Фото, видео\)](#)

Не все с юмором оценили цитату из фильма «Бриллиантовая рука». Пользователи начали писать Жану Беленюку, что это сексизм.

«Ну конечно, «бабы» не могут быть спортсменами. Ни в коем случае. Да еще и получать медали», – говорится в комментариях.

Рис. 3.9. Приклад мови ворожечі на сайті IPnews+ (серпень, 2019 р.)

Час від часу на сторінках медіа можна побачити подібні статті: «Пьяная женщина бросилась под колёса авто (Фото, видео)» (матеріал від 21.08.2019 р. на сайті IPnews+). Подібні матеріали мають низку порушень: відсутність значущих для аудиторії інформаційних приводів, використання гендерної приналежності як привід для повідомлення, акцентування уваги на стані алкогольного сп'яніння. Також можна резюмувати, що подібні заголовки та описові лексеми негативно впливають на думку про жінок, підтверджуючи

їхню схильність до імпульсивних рішень (як доказ можна навести цитату з тексту: «по словам приятелей пострадавшей, она поссорилась со своим сожителем и якобы убежала от него»); особливо у стані алкогольного сп'яніння. (Рис. 3.10.)

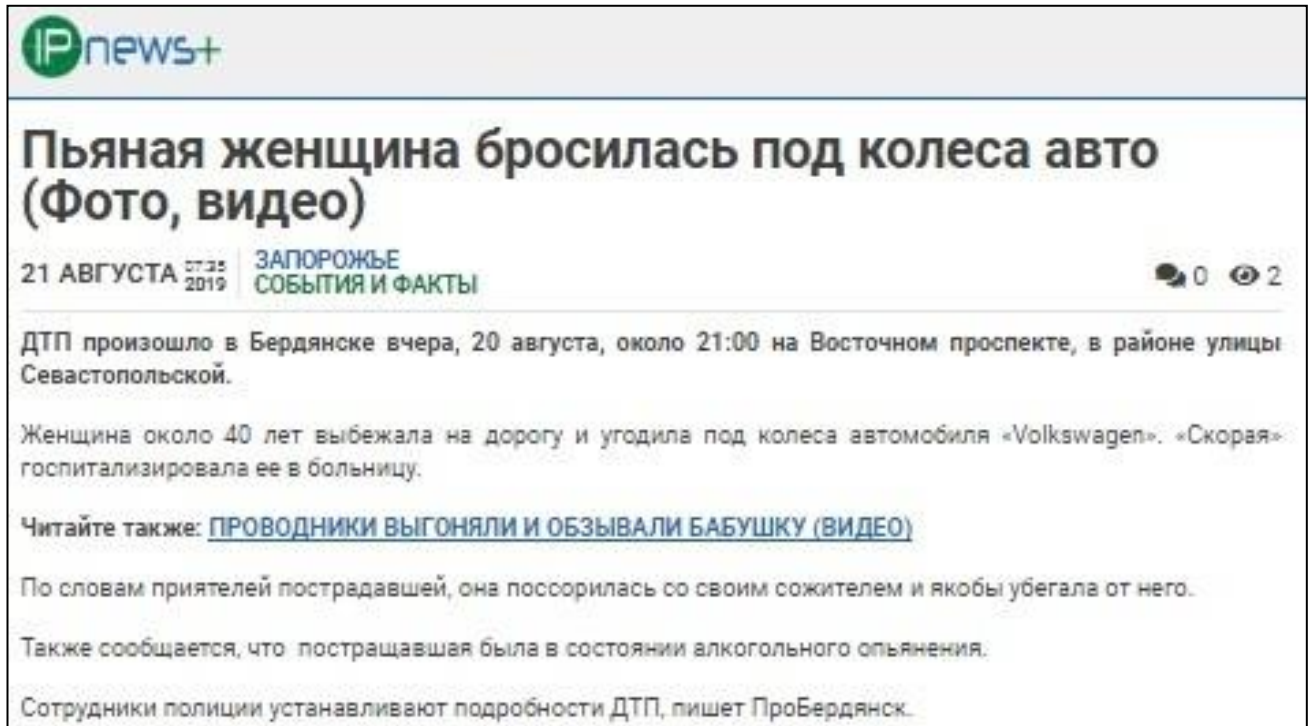


Рис. 3.10. Приклад мови ворожнечі в публікації на сайті IPnews+ (серпень, 2019 р.)

Прийом акцентування на неважливому – в конкретно цьому випадку на стані алкогольного сп'яніння – та використання гендеру потерпілого чи правопорушника задля створення інфоприводу зустрічається частіше, ніж міг би. На нашу думку, причиною такого явища можуть бути декілька аспектів: недостатня кваліфікованість журналістів та редакторів, неухважність при написанні чи редагуванні новин, байдуже ставлення до правил журналістської етики або умисне їх ігнорування задля створення сенсації.

У замітці «В Бразилії мати-лесбійка отрезала сыну половой член» (Рис.3.11) на сайті IPnews+ від 12.06.2019 р. в заголовку акцентують увагу на сексуальній орієнтації жінки, мов би нашоухуючи читача на думку, що всі представники секс-меншин є психічно невірноваженими. Також у тексті підтримують стереотип стосовно того, що нетрадиційна сексуальна орієнтація «виникає» через розчарування у традиційних стосунках. Про це можна судити з

огляду на наступний фрагмент тексту: «Все началось после развода родителей мальчика, судьи отдали матери контроль над ребёнком. Мать стала лесбиянкой. Со временем всё перешло в острую стадию, и она стала агрессивной.» Вживання словосполучення «перешло в острую стадию» натякає читачу, що сексуальна орієнтація – це або свідомий вибір, або хвороба. Це можна класифікувати як непряму публічну мову ворожнечі середнього ступеня інтенсивності, що призводить до фальшивої ідентифікації.

IPnews+ ГЛА

В Бразилии мать-лесбиянка отрезала сыну половой член

12 ИЮНЯ 16:37 2019 **МИР СОБЫТИЯ И ФАКТЫ** 0 143

В Бразилии мать-лесбиянка вместе со своей подругой жестоко убила спящего 9-летнего мальчика, отрезав ему половой орган. «Они хотели превратить его в девушку, потому отрезали мальчику половой орган. В результате ран он скончался. Женщин задержали», – говорится в сообщении. Все началось после развода родителей мальчика судьи отдали матери контроль над ребенком. Мать стала лесбиянкой. Со временем [...]

В Бразилии мать-лесбиянка вместе со своей подругой жестоко убила спящего 9-летнего мальчика, отрезав ему половой орган.

«Они хотели превратить его в девушку, потому отрезали мальчику половой орган. В результате ран он скончался. Женщин задержали», – говорится в сообщении.

Все началось после развода родителей мальчика судьи отдали матери контроль над ребенком. Мать стала лесбиянкой. Со временем все перешло в острую стадию, и она стала агрессивной.

Рис.3.11. Приклад мови ворожнечі на сайті IPnews+ (червень, 2019 р.)

Мова ворожнечі, заснована на стереотипному сприйнятті жінки, зустрічається досить часто, а новини з мовою ворожнечі відносно чоловіків (саме за гендерною ознакою, а не через діяльність та ін.) – явище рідке. Але нам вдалося виявити один такий матеріал. На сайті IPnews+ 12.07.2019 р. була розміщена стаття з назвою «"Очень щедрый" папаша задолжал алименты» (Рис. 3.12.). В заголовок автори винесли зневажливе слово «папаша», таким чином знецінюючи роль батька у вихованні дитини. Окрім цього, була використана іронія про «щедрість» батька.

Мову ворожнечі, застосовану у цьому матеріалі, можна класифікувати як непрямую публічну м'якого ступеня інтенсивності, що призводить до ефекту фальшивої ідентифікації.



Рис.3.12. Приклад мови ворожнечі на сайті IPnews+ (липень, 2019 р.)

Ще одним розповсюдженим типом мови ворожнечі в запорізьких Інтернет-виданнях є негативні – свідомі чи несвідомі – вислови в бік людей з інвалідністю та людей з алкогольною чи наркотичною залежністю. Помилка, яка досить часто зустрічається в засобах масової інформації, – називати людей з інвалідністю інвалідами, або, що ще гірше, – каліками. Вважаємо позитивним, що, медіа змінюються і другий варіант зустрічається вкрай рідко, а от перший все ще є часто вживаною лексемою. Особливо вразливою соціогрупою є діти з інвалідністю.

У матеріалі «Проводник издевался над ребенком-инвалидом» від 27.08.2019 р. на сайті IPnews+ (Рис.3.13.) в заголовку було вжито некоректне слово на позначення дитини з інвалідністю. Цікаво також й те, що в цитованому повідомленні потерпілих сама матір називає дитину інвалідом: «При посадке проводник видел, что Полина инвалид и ей тяжело подыматься в ортезах по ступенькам[...]; «[...] А тут прям целая проблема или попытка

заработать ? На ком, на инвалидах ?». Тут можна побачити вплив медіа на свідомість людей. Також слід зазначити, що в більш ранніх публікаціях стосовно цієї ж ситуації автори новин вживали коректне «дитина з інвалідністю».



Рис.3.13. Приклад мови ворожнечі на сайті IPnews+ (серпень, 2019 р.)

У журналістському матеріалі «"Не приходите сюда никогда": в мелитопольской аптеке грубо унижали мать с ребёнком-аутистом» від 22.06.2019 р. на сайті IPnews+ (Рис.3.14.) нами було знайдене грубе порушення у вживанні слів на позначення різних синдромів та хвороб. В даному прикладі варто було замінити «ребенок-аутист» на «дитина з аутизмом», оскільки таке словосполучення є більш нейтральним та не сприяє формуванню асоціацій з відповідною згрубілою жаргонною лексемою. Слід відзначити позитивний

момент – серед журналістських матеріалів, які були проаналізовані, це єдиний випадок, коли автори використали грубу лексику стосовно подібних хвороб.

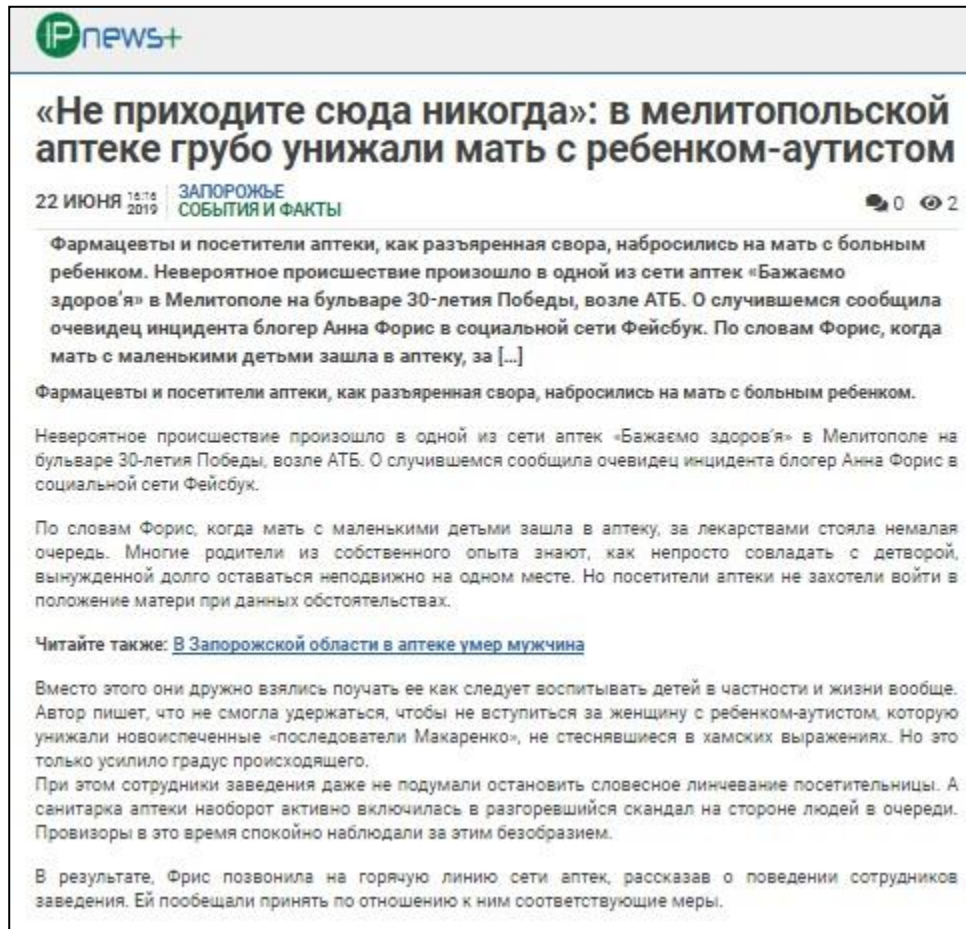


Рис.3.14. Приклад мови ворожнечі на сайті IPnews+ (червень, 2019 р.)

В новині «Отбирали жильё у инвалидов и пенсионеров: в СБУ рассказали подробности задержания "чёрных риелторов"» (Рис. 3.14.) на сайті Обл некоректно вжите слово «інваліди». Правильним було б вжити нейтральний термін «люди з інвалідністю», щоб не створювати негативний імідж таким людям, наче вони є неповноцінними.



Рис. 3.14. Приклад мови ворожнечі на сайті Обл.иа (жовтень, 2019 р.)

Як і в попередньому прикладі, у матеріалі «Как подобрать коляску для инвалида?» (Рис. 3.15.) від 02.09.2019 р. на сайті РепортерUA, журналісти використали некоректне «інваліди» замість нейтрального «людина з інвалідністю».



Рис. 3.15. Приклад мови ворожнечі на сайті РепортерUA (вересень, 2019 р.)

Взагалі можна сказати, що основною проблемою у висвітленні тем про людей з інвалідністю є позиціонування їх як хворих та немічних. Часто можна зустріти статті, де стосовно людей, що пересуваються у візку, вживають словосполучення «прикутий до інвалідного візка», але це не є вірним. Суть криється у самому розумінні інвалідності, а точніше у тому, що інвалідність – це не хвороба. Візок – це не маркер неповноцінності людини, це лише спосіб її пересування. Тобто казати «прикутий до інвалідного візка» це те саме, що й сказати «прикутий до власних ніг».

Інші прояви мови ворожнечі

Під час дослідження нами була помічена тенденція до створення висловів, що набувають метафоризованого значення, формують певний образ, який закріплюється у свідомості аудиторії. Так, наприклад, сталося з представниками політичної партії «Слуга народу». Характерною рисою таких повідомлень є використання лексеми «слуга народу», яка переходить до категорії фразеологізованих, тобто набуває усталеної негативної конотації.

Наприклад, у матеріалі «Рупор Коломойського: Нацбанк будет судиться со «службой народа» из-за клеветы» (Рис. 3.15.) на сайті IPnews+ від 28.11.2019 р. вищезгадане словосполучення «слуга народу» може спровокувати думку, що всі представники цієї партії схильні до наклепу, адже, за логікою видання, навіщо відмежовувати конкретну людину від партії, якщо в ній всі люди однакові: робить один – роблять і всі. Задля уникнення подібних асоціацій ми б рекомендували утриматися від згадок про приналежність до партії (це стосується не лише партії «Слуга народу», а й будь-якої іншої) і вживати більш нейтральні вислови: «депутат», «представник влади», «бізнесмен/громадський діяч/шоумен та ін. (відповідно до сфери діяльності, окрім політичної)»; або вказувати конкретну особу, про яку йдеться в повідомленні.

IPnews+ ГЛА

Рупор Коломойского: Нацбанк будет судиться со «службой народа» из-за клеветы

28 НОЯБРЯ 15:45 2019 **УКРАИНА СОБЫТИЯ И ФАКТЫ** 0 11

Правление заявляет, что через Дубинского осуществляется информационная атака на НБУ.

12 ноября Национальный банк подал иск в Соломенский районный суд города Киева по поводу клеветы от депутата Александра Дубинского.

Об этом сообщает [пресс-служба Нацбанка](#).

«Правление НБУ убеждено, что через Дубинского, которого в медиа называют рупором олигарха Игоря Коломойского, реализуется целенаправленная информационная атака на Национальный банк.

За ней, очевидно, «стоит» собственно сам экс-владелец Приватбанка, который с момента национализации Приватбанка пытается избежать возврата средств, выведенных из банка к вхождению государства в его капитал», — отмечают в ведомстве.

Рис.3.16. Приклад мови ворожнечі на сайті IPnews+ (листопад, 2019 р.)

Аналогічна ситуація і в багатьох інших подібних новинних повідомленнях – замість конкретної людини журналісти використовують «слуга народу», створюючи негативний імідж для політичної партії. Так, наприклад, в публікації «Оренда житла для "слуги" із Запоріжжя Шевченка коштує українцям понад 20 прожиткових мінімумів» (Рис. 3.17.) на сайті Forpost від 08.11.2019 р. словосполучення «слуга народу» скоротили до «слуги», але суті це не змінює. Читачі так само розуміють, про якого «слугу» йде мова, навіть незважаючи на те, що в наведеному прикладі все ж вказали прізвище. На нашу думку, в наведеному прикладі автори вказують приналежність людини до певної партії, щоб додати новині сенсаційності. І цієї мети скоріш за все досягнули, але при цьому зробили свій вклад у формування негативного іміджу для політичної партії.



Рис.3.17. Приклад мови ворожнечі на сайті Forpost (листопад, 2019 р.)

Також при проведенні аналізу ми помітили випадки перекручування смислів та підміни понять, що також можна вважати мовою ворожнечі, оскільки такі маніпуляції з текстом ведуть лише до одного – формування

негативного сприйняття дій певної людини або групи людей, а отже і негативне ставлення до людини або групи в подальшому.

Так, наприклад, вчинили автори новини «Зеленський знайшов варіант як знищити заповідник Хортиця» (Рис. 3.18), яку було розміщено на сайті онлайн-видання Forpost 02.09.2019 р. Роблячи висновок із заголовку, можна було б сказати, що Зеленський планує зруйнувати заповідник з якихось власних корисливих мотивів, але в самому тексті ми бачимо наступне: «Вони не знають назв. Їм п'ять років розказують, що в нас є три питання. Я їм кажу: ні, три головних питання, тепер перегорнули і давайте про економіку. Що будемо робити? Я їм про Хортицю, а вони: "Що це таке?" Давайте інвестувати, давайте робити там парк, як Діснейленд і таке інше». На нашу думку, чинний президент України мав на увазі інвестиції в заповідник, щоб він був таким самим як і Діснейленд за рівнем популярності. Адже про американський парк розваг знає кожен перший, а про Хортицю, мабуть, тільки українці. Тому можна резюмувати, що в заголовку використали звичайний клікбейт та маніпулятивну техніку з підміни понять, які в свою чергу приводять до негативного сприйняття Володимира Зеленського та його політики.



Рис.3.18. Приклад підміни понять, що призводить до виникнення мови ворожнечі. (Forpost, вересень, 2019 р.)

Також перекручування сенсу певної події через вживання слова у неправильному значенні нами було помічене у публікації «Коммунальщики надругались над могилами погибших АТОшников» від 12.09.2019 р. на сайті IPnews+ (Рис. 3.19). Автори публікації називають демонтаж незаконно встановлених волонтерами прапорів та флагштоків «наругою» над могилами солдатів. За самим текстом публікації можна зрозуміти, що працівники комунального підприємства лише виконували свою роботу відповідно до чинного законодавства. Через подібну підміну понять та перекручування фактів складається враження, що комунальники зробили щось соціально неприйнятне з могилами бійців. Це в свою чергу формує негативне ставлення безпосередньо до працівників комунальних підприємств та до влади регіону в цілому.



Рис. 3.19. Приклад публікації, що містить мову ворожнечі на сайті IPnews+.
(вересень 2019 р.)

У результаті моніторингу нашу увагу також привернули сенсаційні заголовки, що подані переважно як цитати з уст політиків, громадських діячів, пересічних людей і містять згубілу, жаргонну, лайливу лексику.

Для посилення емоційного впливу, нагнітання суспільного страху медійники цитують висловлювання, які містять погрози, залякування, прогнозують потенційні агресивні дії з чийого боку.

У публікації «"Я тебя уничтожу, марамойка. Чтоб ты сдохла": Порошенко ведёт в Раду скандальную чиновницу из Василькова (Видео 18+)» (Рис. 3.20) на сайті IPnews+ від 14.06.2019 р. у заголовок винесена лайка, жаргонізми. В наведеному прикладі подібне оформлення заголовку було застосоване з метою посилити в читачів негативне сприйняття не лише чиновниці, а й Порошенка, оскільки він начебто відповідальний за цю людину, бо допомагає. Також лайку було винесено у заголовок задля підвищення рівня зацікавленості в аудиторії, оскільки нецензурна лексика мало асоціюється з медіа і якщо вона вже ж з'являється у ЗМІ, то одразу виникає думка, що це якась надважлива новина. Але, як і в попередніх прикладах, тут порушені стандарти журналістської етики, невиправдана сенсаційність, недоцільно використана згрубіла лексика



та, як наслідок, поширення мови ворожнечі.

Рис.3.20. Приклад поширення мови ворожнечі, за допомогою цитування згрубілої лексики. (IPnews+, червень, 2019 р.)

Загалом складається враження, що цитування мови ворожнечі нерідко допомагає журналістам зняти з себе відповідальність за мову ненависті, адже не

вони є авторами подібних висловлювань. Однак ми розуміємо, що представники засобів масової інформації не просто цитують, а розмножують лексику, на яку, зрештою, не має права жодна освічена, толерантна людина, незалежно від посади чи сфери діяльності, у якій вона працює.

Поширеним явищем також є цитування не лише усних висловів, а й тих, що опубліковані на особистих сторінках політиків, громадських діячів, пересічних громадян у соціальних мережах, а також скріншоти листувань.

Окремо можна виділити висвітлення новин, що пов'язані з людьми, що мають алкогольну або наркотичну залежність, а також з людьми, що відбувають або відбували покарання в місцях позбавлення волі. У замітці «Житель Запорожья пытался откупить друга-наркомана от полиции» (Рис.3.21) на сайті IPnews+ від 18.10.2019 р. вживається некоректне слово «наркоман» замість більш нейтрального «людина з наркотичною залежністю». Це можна класифікувати як непряму м'яку публічну мову ворожнечі.



Рис.3.21. Приклад використання мови ворожнечі на сайті IPnews+ (жовтень, 2019р.)

Підводячи підсумок можна сказати, що всі матеріали містять переважно м'яку мову ворожнечі, яка, на нашу думку, виникає не через реальне негативне

ставлення до певної групи людей, а більше через недотримання журналістами базових правил толерантності, халатне ставлення до стандартів журналістської діяльності та обробку інформації журналістами через призму особистих



стереотипів.

Рис.3.22 «Кількість публікацій, що містять мову ворожнечі, в запорізьких медіа».

Отже, як видно на Рис.3.22., найбільша кількість публікацій з проявами мови ворожнечі була зафіксована на сайті IPnews+, найменша – на сайті Forpost.

Загалом можна сказати, що ситуація з використанням мови ворожнечі в онлайн-виданнях міста Запоріжжя тримається приблизно на одному рівні останні 2-3 роки.

ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна робота магістра мала на меті охарактеризувати мову ворожнечі в сучасних онлайн-виданнях міста Запоріжжя.

У ході дослідження були реалізовані такі завдання:

1. Опрацьовано теоретико-методологічні джерела з теми дослідження.

Аналіз вітчизняної та зарубіжної теоретичної бази дає підстави говорити про те, що з кожним роком таке явище як «мова ворожнечі» стає більш дослідженим та викликає інтерес все більшої кількості вчених з різних галузей науки. Мову ворожнечі вивчали А. Вебер, Т. Воронова, М. Дзялошинський, С. Жаботинська, Г. Кожевнікова, С. Колосов, Р. Пикалюк, Г. Почепцов, Н. Ратинова, В. Різун, Г. Черненко.

Незважаючи на це, дуже багато аспектів залишаються або не вивченими, або мало вивченими. На нашу думку, це пов'язано з тим, що, по-перше, межі двох понять – «мова ворожнечі» та «свобода слова» - є досить розмитими, тому часто виникають складнощі у розпізнанні мови ворожнечі та її доведенні. По-друге, мовою ворожнечі прийнято вважати не лише вербальні прояви, а й невербальні – зображення, емоції (які викликають негативно забарвлені елементи дискурсу) та ін., оскільки їх сприйняття або несприйняття в більшості випадків залежить від особистого досвіду кожного окремого індивіда. Як приклад можна навести гумор: те, що є жартом для однієї людини, для іншої – образа і дискримінація. По-третє, досі немає чітко визначеної класифікації мови ворожнечі та маркерів, за якими її можна було б визначити. Це пов'язано зі швидкістю зміни настроїв суспільства, розвитком медіа та мови в цілому.

2. Окреслено межі поняття «мова ворожнечі», його трактування в медіазнавстві.

Мовою ворожнечі прийнято вважати всі види висловлювань, котрі поширюють, розпалюють, підтримують або виправдовують расову ненависть, ксенофобію, антисемітизм та інші форми ненависті, викликані нетерпимістю, в

тому числі нетерпимістю, що виявляється у формі агресивного націоналізму та етноцентризму, дискримінації меншин і ворожого ставлення до них, а також іммігрантів та осіб, що за своїм походженням належать до іммігрантів. У цьому сенсі поняття «мова ворожнечі» поширюється на всі висловлювання, які спрямовані проти якоїсь однієї особи або якоїсь визначеної групи осіб.

3. Класифікували різновиди мови ворожнечі в мас-медіа.

У ході опрацювання теоретичної бази ми виділили декілька класифікацій мови ворожнечі. Перша класифікація за інтенсивністю: м'яка, середня та жорстка. Друга – за дискримінованим об'єктом та його характеристиками: національність, етнос, гендер, віросповідання, вік, зовнішній вигляд, мова та ін. Третя класифікація – за кінцевим ефектом: фальшива ідентифікація (формування і підкріплення негативного етнічного стереотипу, образу нації, релігії, раси тощо); фальшива атрибуція (приписування ворожих дій і ризикових намірів представникам якої-небудь нації, раси, релігії); «уявна оборона» (підштовхування до яких-небудь дій проти певної нації, раси, релігії). Четверта класифікація – за типом: пряма та непряма. П'ята класифікація – за кінцевим одержувачем: публічна (онлайн-медіа, виступи, друковані видання тощо) та приватна (приватні розмови, листування та ін.)

4. Визначили прийоми створення та методи запобігання мові ворожнечі.

Спираючись на опрацьований нами матеріал, можна виділити наступні прийоми створення мови ворожнечі: створення стійких образів «своїй»/«чужій»; ефект «моральної паніки», коли події, що відбулися в реальності, користуються надмірною увагою, або ж журналісти починають писати про події, які лише гіпотетично можуть статися (наприклад, під час виборів можна бачити статті з заголовками «Якщо він прийде до влади, то країну чекатиме крах» та подібне); також одним зі способів творення мови ворожнечі є джинса (такі матеріали можуть мати як позитив, так і негатив); анонімність в інтернеті сприяє створенню мови ворожнечі та є одним з методів її поширення.

Методи запобігання мові ворожнечі можна поділити на дві групи: ті, на які впливають журналісти, і ті, за які відповідальна держава. Журналістам слід

уникати інтолерантних слів при висвітленні тем, що пов'язанні з вразливими соціогрупами; дотримуватись стандартів журналістської етики; більш жорстко модерувати сайти, щоб не допускати, наприклад, коментарі, що поширюють мову ворожнечі та ін. Зі сторони держави та закону слід посилити відповідальність за створення та поширювання мови ворожнечі; внести відповідні законопроекти, які б обмежували можливості для поширення мови ворожнечі; на законодавчому рівні окреслити межі поняття «мова ворожнечі», її характеристики та класифікації.

5. Дослідили запорізькі онлайн-медіа на наявність у них мови ворожнечі.

Для об'єктивного відображення проблеми використання мови ворожнечі в журналістських творах аналізувалися тексти найбільш масових запорізьких суспільно-політичних видань: «061», «Forpost.media», «IPnews+» та «Reporter.ua» у період з 1 травня по 30 листопада 2019 року. До вибірки потрапили журналістські матеріали, що містили елементи мови ворожнечі. Пошук здійснювався за допомогою ключових слів: «грузин», «кавказець», «українець», «циган», «росіянин», «громадянин», «хач», «москаль», «сепаратист», «негр»; «жінка», «дівчина», «баба», «груди», «сідниці», «чоловік», «хлопець»; «інвалід», «каліка», «аутист», «ДЦПшник», «контужений», «людина з обмеженими можливостями», «людина з особливими потребами»; «слуга народу», «Зеленський», «депутат»; «зек», «алкаш», «алкоголік», «наркоман», «торчок»; «ЛГБТ», «гомосексуаліст», «зміна статі»; «повія», «проститутка», «жінка легкої поведінки», «нічний метелик».

Був застосований метод моніторингу контенту матеріалів. Одиницею аналізу слугував лексичний матеріал, який містив дискримінаційне ставлення до об'єкта висловлювання. Проведене дослідження дозволило виділити види мови ворожнечі, що зустрічаються найчастіше (подаємо у порядку зменшення кількості матеріалів):

- 1) мова ворожнечі по відношенню до представників інших національностей та етносів;
- 2) мова ворожнечі по відношенню до людей з інвалідністю;

3) мова ворожнечі по відношенню до жінок (сексизм).

На основі проведеного дослідження, можна зробити висновок, що найбільше проявів мови ворожнечі було зафіксовано в онлайн-виданні IPnews+ – 163 публікації або ж 2,7%. З них публікацій, де була використана мова ворожнечі по відношенню до представників інших етносів та національностей – 40 повідомлень. Публікацій, де була використана мова ворожнечі по відношенню до людей з інвалідністю – 34 повідомлення. Публікацій, де ми знайшли ознаки сексизму – 58 повідомлень. Кількість публікацій з ознаками інших видів мови ворожнечі склала 31 повідомлення.

На сайті ReporterUA ми знайшли 31 публікацію з проявами мови ворожнечі – це становить 0,7% від загальної кількості публікацій цього видання за час проведення аналізу. З них мова ворожнечі по відношенню до представників інших національностей та етносів – 9 публікацій; мова ворожнечі відносно людей з інвалідністю – 12 публікацій; прояви сексизму – 0 публікацій; інші прояви мови ворожнечі – 10 публікацій.

На інформаційному ресурсі 061 нами були виявлені 20 публікацій – тобто 0,6%. З них публікацій, що стосуються: національностей та етносів – 4 публікації; людей з інвалідністю – 4 публікації; сексизму – 0 публікацій; інші прояви мови ворожнечі – 12 публікацій.

На сайті Forpost нами були зафіксовані 14 випадків вживання мови ворожнечі – це становить 0,5%. Мова ворожнечі відносно представників інших національностей та етносів, людей з інвалідністю та проявів сексизму – 0 публікацій; інші види мови ворожнечі – 14 публікацій. Також слід зазначити, що проявів мови ворожнечі середньої та тяжкої інтенсивності не виявлено у жодному з видань, що піддавалися аналізу.

Таким чином, багато журналістів використовують мову ворожнечі не з метою поширити ненависть, а через відсутність професійних навичок висвітлення тем, що стосуються вразливих груп, через сформовані у свідомості стереотипи, які працівники преси мимоволі продовжують доносити до читачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аналіз інтернет-ЗМІ т.зв. «ДНР» та «ЛНР»: у кожній десятій новині — мова ворожнечі щодо українців, 11% новин — фейки. *Інститут масової інформації*. 2017. URL: <https://imi.org.ua/news/analiz-internet-zmi-tzv-dnr-ta-lnr-u-kojniy-desyatiy-novini-mova-vorojnechi-schodo-ukrajintsiv-11-i17084> (дата звернення: 04.12.2019).
2. Бойко І. І. Визначення агресії в міжнародному праві. Вісник Академії адвокатури України. 2010. Число 1. С. 178–179. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vaau_2010_1_36
3. В українських ЗМІ за минулий рік зафіксовано 424 випадки вживання мови ворожнечі. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/news/v-ukrajinskih-zmi-za-minuliy-rik-zafiksovano-424-vipadki-vzivannya-movi-vorojnechi/> (дата звернення: 23.11.2019 р.)
4. Вебер А. Навчальний посібник з проблематики «мови ненависті». Київ: Тютюкін, 2010. 96 с.
5. Виговська Н. А. (Не)важливо: як висвітлювали тему розведення запорізькі онлайн-медіа. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/blogs/ne-vazhlyvo-yak-vysvitlyuvaly-temu-rozvedennya-zaporizki-onlajn-media-i30716>. (Дата звернення: 28.08.2019 р.)
6. Власенко В. Доповідачі Ради Європи: Роми та гомосексуали – головні жертви дискримінації в Україні. *Deutsche Welle*. 2017. 19 вересня. URL: <https://p.dw.com/p/2kCxo>
7. Воронцова Т. А. Речевая агрессия в коммуникативно-дискурсивной парадигме. *Вестник ВГУ, Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация*. Воронеж, 2006. № 1. С. 83-86.
8. Галан В.О. Дискримінація за расовою ознакою від апології рабства до міжнародно-правового злочину. *Форум права*. 2014. №3. С.55–62. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/FP_index.htm_2014_3_11.pdf

9. Горбачова О. В. Мова ворожнечі: ксенофобія чи безладність. Правий екстремізм і толерантність: з досвіду України та Німеччини. Київ: Заповіт, 2008. С. 36-43.
10. Горшков Д. Мова ворожнечі: що це таке і як з цим боротися? УНІАН. URL:<https://www.unian.ua/human-rights/151150-mova-vorojnechi-scho-tse-take-i-yak-z-tsim-borotisy.html> (дата звернення: 17.09.2019 р.)
11. Гуз О. П. Особливості вираження вербальної агресії у масмедійному дискурсі. *Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]*. Харків, 2010. № 13. С. 154-159.
12. Данилова А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. 2-е изд. Москва : Добросвет, Издательство «КДУ», 2011. 232 с.
13. Денисова А. В. Язык вражды: некоторые особенности судебных лингвистических экспертиз. *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена*. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-vrazhdy-nekotorye-osobennosti-sudebnyh-lingvisticheskikh-ekspertiz.pdf> (дата звернення: 18.12.2019 р.)
14. Дзялошинский И. М., Дзялошинская М. И. Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет. Москва: Московское бюро по правам человека, 2007. С. 168.
15. Дібрівна Е. Мова ворожнечі як клеймо і цензура. Європейський контекст. Українська правда. URL:<https://www.pravda.com.ua/rus/columns/2017/09/22/7155975/> (дата звернення: 18.09.2019 р.)
16. Долаючи бар'єри: Роль ЗМІ у висвітленні конфліктно-чутливих тем. Спеціальний звіт / Ред. Д. Дуцик. Київ : ГО «Детектор Медіа», 2016. 48 с.
17. Доронюк Т. Чому українські міліціонери – расисти? Критика Політична. 2012. С.148-149.
18. Дорош М. Мова ворожнечі – нові прояви і наслідки. MediaSapiens. URL:https://ms.detector.media/media_law/law/mova_vorozhnechi_novi_proyavi_ta_naslidki/ (дата звернення: 23.09.2019 р.)

19. Дослідження «Практика використання “мови ворожнечі” (hate speech) українськими ЗМІ». *MediaSapiens*. 2015. 8 вересня. URL: <https://tinyurl.com/un3jwcn>.
20. «Екологія мови» в контексті проблеми розмаїття культур і ЗМІ. СЄІР : «Айва Плюс ЛТД», 2008. 50 с.
21. Жаботинская С. А. Язык как оружие в войне мировоззрений. Майдан – антимайдан: словарь-тезаурус лексических инноваций. Academia. URL: <https://tinyurl.com/yzdrke98> (дата звернення: 04.01.2020р.)
22. Загальна декларація прав людини. Верховна Рада України : офіц. веб-сайт. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015 (дата звернення: 02.10.2019 р.)
23. Злочини на ґрунті ненависті: новий кримінальний феномен світового суспільства. Науково-практичне видання / За заг. ред. Дж. Перліна, наук. редактори О. А. Мартиненко, Ю. Л. Белоусов. Львів: Астролябія, 2011. 245 с.
24. Злочини на ґрунті ненависті: попередження та реагування. Інформаційно-довідковий посібник для громадських організацій у регіоні ОБСЄ. URL: <https://www.osce.org/uk/node/180336?download=true> (дата звернення: 10.10.2019 р.)
25. Ісакова Т. О. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. Стратегічні пріоритети. Сер.: Політика. 2016. № 4. С. 90-97.
26. Как корректно писать о лесбиянках, геях, бисексуалах и трансгендерах : брошура для журналистов и интересующихся. СанктПетербург : Кинофестиваль «Бок о Бок», 2013. 12 с.
27. Каляпук І. Мова ворожнечі в засобах масової інформації. Науковий блог Національного університету «Острозька академія». URL: <https://tinyurl.com/ydlpfrfd> (дата звернення: 14.11.2019 р.)

28. Карпюк Г. Український фронт інформвійни: як протидіяти агресії та пропаганді в медіа-просторі. Україна молода. URL: <https://umoloda.kyiv.ua/number/3288/188/121600/> (дата звернення: 12.11.2019 р.)
29. Качмар О. В. Вербальна агресія та шляхи її подолання. Актуальні проблеми філософії та соціології. 2016. № 12. С. 55-58.
30. Кожевникова Г. Язык вражды: типология ошибок журналиста. Информационно-аналитический центр «Сова». URL: <https://www.sova-center.ru/hate-speech/%20publications/2006/12/d9803> (дата звернення: 01.11.2019р.)
31. Колосов С. А. Конструирование социальной ненависти в дискурсе. Тверской государственный университет. Тверь, 2004. С. 16.
32. Конфліктно-чутлива журналістика : короткий словник-довідник термінів і понять / уклад. Н. В. Виговська, Ю. В. Любченко, К. Г. Сіріньок-Долгарьова. Запоріжжя : ЗНУ, 2019. 94 с.
33. Костовська А. В. Від мови ворожнечі до мови порозуміння: актуальні питання. Мова і культура. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2018. Т. 2. Вип. 21. С. 114–121.
34. Кузнецова О. Видова характеристика ксенофобії в мас-медіа України. Вісник Львівського університету. Сер.: журналістика. Львів, 2012. № 33. С. 134–145.
35. Кузнецова Т. В. Погляд на риторику ненависті в одеських ЗМІ: сьогоденні реалії. Вісник Харківського національного університету В.Н. Каразіна. Сер.: Соціальні комунікації. Харків, 2018. №12. С. 46-50.
36. Кулик В. М. Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. Київ: Критика, 2010. 653 с.
37. Лихова С. Я., Рибальченко Г. Г. Мова ворожнечі як ознака порушення рівноправності громадян залежно від расової, національної належності або ставлення до релігії. Актуальні проблеми вдосконалення чинного законодавства України. 2013. № 31. С. 274-282.

38. Луспенник Д. Інститут дифамації і українське законодавство щодо захисту честі, гідності та ділової репутації (співвідношення та вибір пріоритету в судовій практиці). *Право України*. 2006. № 2. С. 62–66.
39. Медведєва О. М., Дібрівна Е. А., Кухарчук Р. В. «Мова ненависті» в міжнародному та європейському правовому контексті. Актуальні проблеми міжнародних відносин: збірник наукових праць. 2017. № 133. С. 77-94.
40. Методичні рекомендації щодо запобігання та протидії насильству : лист Міністерства освіти і науки України № 1/11-5480 від 18.05.2018. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v5480729-18>.
41. Михайличенко А. В. Висвітлення журналістами мови ворожнечі на сторінках української преси. Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. Київ, 2017.
42. Михайличенко А. В. Змістовно-тематичні особливості мови ворожнечі на сторінках українських і російських друкованих видань. *Współpraca europejska*. Warszawa, 2017. № 7 (26). С. 35-48.
43. Міжнародна конвенція про ліквідацію всіх форм расової дискримінації. Поправки до Конвенції див. в Постанові ВР N 3936-12 від 04.02.94, ВВР 1994, N 23, ст.169. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_105.
44. Міжнародний пакт про громадянські і політичні права. ратифіковано Указом Президії Верховної Ради Української РСР N 2148-VIII (2148-08) від 19.10.73. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_043.
45. Мірошніченко П. В. Висвітлення у ЗМІ питань сексуальної орієнтації та гендерної ідентичності. Права людини та мас-медіа в Україні: збірник конспектів лекцій. Київ, 2015. С. 175-182.
46. Мова ворожнечі та ЗМІ: міжнародні стандарти та підходи. Проект «Без кордонів» ГО «Центр «Соціальна дія». URL: <https://tinyurl.com/rc2beeu> (дата звернення: 28.11.2019 р.)
47. Мова ворожнечі: які висловлювання не можна поширювати у ЗМІ. Центр демократії та верховенства права. URL:

<https://cedem.org.ua/consultations/mova-vorozhnechi-yaki-vyslovlyuvannya-ne-mozhna-poshyruvatu-v-zmi/> (дата звернення: 07.10.2019 р.)

48. Молодиченко Н. А., Танана С. М. Основні аспекти поняття політичної коректності в сучасній англійській мові. Молодий вчений. 2016. № 5 (32). С. 504–510.

49. Моніторинг. Метод дослідження. Академія української преси. URL: <http://www.aup.com.ua/monitoring/metod-doslidgennja> (дата звернення: 16. 12. 2019)

50. Моргун А. Війна Росії проти України: тенденції конфліктного дискурсу в сучасних українських ЗМІ. Наукові записки. Київ: Видавництво ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса, 2016. Вип. 3-4. С. 325-362

51. Мудра І. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. Теле- та радіожурналістика. 2016. Вип. 15. С. 184–188.

52. Мячина А. Що таке мова ворожнечі і чому вона заважає жити дружно. Etcetera. URL: <https://uk.etcetera.media/suspilstvo-shho-take-mova-vorozhnechi-i-chomu-vona-zavazhaye-zhiti-druzhno.html>. (Дата звернення: 05.12.2019 р.)

53. Наявність мови ворожнечі має аналізуватися залежно від конкретної справи. URL: <https://cedem.org.ua/news/nayavnist-movy-vorozhnechi-maye-analizuvatysya-zalezhno-vid-konkretnoyi-spravy-yespl/>. (Дата звернення: 20.11.2019 р.)

54. Печериця Н. М. Ейджизм студентської молоді та соціальнопедагогічні напрями його подолання. Збірник наукових праць [Херсонського державного університету]. Педагогічні науки. 2018. Вип. 82(2). С. 216-220. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znppn_2018_82%282%29__46.

55. Печончик Т. Чому мова ворожнечі з'являється у ЗМІ. Комісія з журналістської етики. URL: <http://www.cje.org.ua/ua/blog/chomu-mova-vorozhnechi-zyavlyayetsya-u-zmi> (дата звернення: 29.09.2019 р.)

56. Печончик Т. Чому мова ворожнечі потрапляє у ЗМІ і як цьому запобігти. Zmina. URL: <https://tinyurl.com/yfwdaslm> (дата звернення: 30.09.2019 р.)

57. Пикалюк Р. Мова ворожнечі та вдосконалення стандартів вітчизняної медіадіяльності. Права людини та мас-медіа в Україні: збірник конспектів лекцій. Київ, 2015. С. 137-145.

58. Плохотнюк Н. Мова ворожнечі: створення підґрунтя для злочину, або таки вираження власної думки? Мережа активістів правозахисного руху. URL: <http://ru.hr-activists.net/blog/mova-vorozhnech-stvorennya-p-d-runtya-dlya-zlochynu-abo-taki-virazhennya-vlasno-dumki-0> (дата звернення: 13.10.2019 р.)

59. Пономаренко К. Мова ворожнечі може вбити. Політична Херсонщина. URL: <http://polit-kherson.info/society/2201-mova-vorozhnechi-mozhe-vbyty-komentari-ekspertiv-ta-instrukciia-iak-podolaty-hate-speech.html> (дата звернення: 18.11.2019 р.)

60. Попова О. М., Солодун Л. М. Прояви вербальної агресії у ЗМІ. Науковий журнал «Молодий вчений». Херсон: ВБ «Гельветика», 2016. № 3 (30). С. 654-658.

61. Попович К. В. Гібридна війна як сучасний спосіб ведення війни: історичний та сучасний виміри. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Історія. 2016. Вип. 2 (35). С. 75–79. URL: <https://bit.ly/2SK1sri>.

62. Права людини та мас-медіа в Україні: Збірник конспектів лекцій / Авт. кол. За ред. Виртосу І., Шендеровського. Київ : Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2018. 260 с.

63. Прищепа Г. «Мова ненависті» як лінгвістичний маркер «гібридної війни». URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2017_22%282%29__9 (дата звернення: 07.12.2019 р.)

64. Расулова О. Як журналістам не вдаватися до мови ворожнечі. MediaLab. URL: <http://medialab.online/news/vorozhnecha/>.

65. Рекомендація NR (97) 20 Комітету міністрів Ради Європи державам-учасницям з питань «розпалювання ненависті». Принята Комітетом Міністрів

30 октября 1997 года на 607-м заседании заместителей министров. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_093?lang=uk.

66. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. Київ : Просвіта, 2008. 260 с.

67. Секс-скандали, міфи, радикали і права людини: як українські інтернет-змі висвітлюють ЛГБТ. *Інститут масової інформації*. 2018. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/seks-skandaly-mify-radykaly-i-prava-lyudyny-yak-ukrajinski-internet-zmi-vysvitlyuyut-lhbt-i28354>

68. Серажим К. С. Засоби впливу агресії в політичному медійному дискурсі України. *Scientific Journal «ScienceRise»*, 2015. Вип. 1 (6). С. 61-64.

69. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – Москва, 2006. 696 с.

70. Україна є одним зі світових лідерів за рівнем цькування серед підлітків. УНІАН. 2018. 10 травня. URL: <https://www.unian.ua/society/10111031-ukrajina-ye-odnim-zi-svitovih-lideriv-za-rivnem-ckuvannya-seredpidlitkiv.html>

71. Циганов В. В. Феномен медіа-ненависті в контексті національної безпеки. «Стратегічна панорама», 2016. №2. С. 84-89.

72. Черненко Г. А. Види мови ворожнечі за типом стигматизованого об'єкта в сучасному українському суспільстві. Актуальні проблеми міжнародних відносин: збірник наукових праць. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. Вип. 30. С. 35-45.

73. Чоповський Д. Журналістські стандарти: інформаційна довідка. Інститут масової інформації. 2011. 31 травня. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/journalistski-standarti-informatsiyna-dovidka/> (дата звернення: 13. 11. 2019).

74. Чуранова О. Керування ненавистю. Газета «День». URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/keruvannya-nenavystyu> (дата звертання: 19.12.2019 р.)

75. Шарифуллин Б. Н. Языковая агрессия и языковое насилие в свете юрислингвистики: проблемы инвективы. *Юрислингвистика-5: юридические*

аспекты и лингвистические аспекты права : межвуз. сб. науч. тр. Барнаул: Изд-во Алт. гос. ун-та, 2004. С. 125.

76. Шебештян Я. Мова ворожнечі: термінологічний (нон)сенси. Media Vista. URL: <https://mediavista.com.ua/archives/2833> (дата звернення: 15.10.2019р.)

77. Щодо підвищення рівня толерантності та запобігання поширенню ксенофобських настроїв : Рішення Національної експертної комісії України з питань захисту суспільної моралі №32 від 18. 06. 2013. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vr032623-13>.

78. Як комунікувати толерантність та мультикультурність в українському суспільстві? *Укрінформ*. 2019. 11 березня. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2650398-ak-komunikuvati-tolerantnistta-multikulturnist-v-ukrainskomu-suspilstvi.html>.

79. Яцимірська М. Мова Інтернет-видань: термінологія персвазивність. Медіакритика. URL: <http://www.mediakrytyka.info/onlayn-zhurnalistyka/mova-internet-vydan-terminolohiya-persvazyvnist.html>. (Дата звернення: 05.11.2019 р.)

80. Brown A. New evidence shows public supports banning hate speech against people with disabilities. The Conversation. URL: <https://theconversation.com/new-evidence-shows-public-supports-banning-hate-speech-against-people-with-disabilities-73807>.

81. Cohen-Almagor R. Fighting Hate and Bigotry on the Internet. Policy and Internet. 2011. – No. 3.

82. Dunne A. International Legal Research Group on Online Hate Speech (Belgian research delegation). Academia. URL: <https://tinyurl.com/yea3tyg4>.

83. European Parliament resolution on homophobia in Europe. Strasbourg, 2006. URL: <https://tinyurl.com/ye568vxd>.

84. Glenberg A. Hearing hate speech primes your brain for hateful actions. The Conversation. URL: <https://theconversation.com/hearing-hate-speech-primes-your-brain-for-hateful-actions-107336>

85. International Standards and Comparative Approaches on Freedom of Expression and Blocking of Terrorist or Extremist Content Online. OSCE. Vienna.

2018. URL: <https://www.osce.org/representative-on-freedom-of-media/384564?download=true>.

86. Jensen K. B. Media. The International Encyclopedia of communication. Malden (USA), Oxford (UK), Carlton (Australia). 2008. P. 2811-2817.

87. Walach V. «Hate crime» in the Czech Republic: before and now. Academia. URL: <https://tinyurl.com/wcgo4d9>

ДОДАТОК А

Власна наукова публікація

(у структурі персонального виконують атрибутивну функцію, тобто зовнішній вигляд, імідж тощо).

Література

1. Біловодська О., Пузікова М. Аналіз і оцінка персонального брендингу в умовах підвищення професійного успіху особистості. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4. Т. 1. С. 67–74. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_4_1_67_74.pdf (дата звернення 5.02.2019).
2. Котлер Ф., Рейн И., Хэмлин М., Столлер М. Персональный брендинг / пер. с англ. Москва : Издательский дом Сребенникова, 2008. 400 с.
3. Рябых А., Зебра П. Персональный бренд: создание и продвижение. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2015. 304 с. URL: https://www.academia.edu/attachments/57756901/download_file?st=MTU1Mjc3Njg0Myw3Ny45My41NC4xOCw5MDU3NjM2Nw%3D%3D&s=swp-toolbar (дата звернення 01.03.2019)
4. Peters T. The Brand Called You. URL: <http://personalimpact.ca/wp-content/uploads/2015/08/thebrandcalleyou.pdf> (дата звернення 25.02.2019).

Юр'єва Паталія

Студентка 5 курсу фак-ту журналістики

Наук. кер.: к. н. соц. ком., доц. Сірінюк-Долгарьова К.Г.

ВЕРБАЛЬНА АГРЕСІЯ В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

Одним з основних завдань журналістики є формування громадської думки. В ідеальному суспільстві ЗМІ мають подавати об'єктивну інформацію, яка передає дійсність, не змінюючи її на чиюсь користь. Але ми, на жаль, живемо в суспільстві реальному, тому часто можемо зіштовхуватися з різними засобами маніпулювання. Одним з них є мова ворожнечі або мовленнєва агресія.

За визначенням дослідника Дзялошинського, мова ворожнечі – це «вся сукупність текстів (а також заголовків, фотографій та інших елементів) ЗМІ, які прямо або побічно сприяють збудженню національної чи релігійної ворожнечі або хоча б неприязні» [3, с. 197].

Інститут масової інформації пропонує такий перелік ознак мови ворожнечі: негативні вислови, починаючи від підбурювання й закінчуючи упередженням, ненавистю, зловживанням, дискредитацією, образливими словами та епітетами, спрямовані проти особи або групи осіб, що належать до інших національностей, етнічних груп, конфесій, партій, орієнтацій тощо. Такі форми висловлювань провокують, стимулюють або виправдовують расову ненависть, ксенофобію, антисемітизм або інші форми ненависті, засновані на нетолерантності, у тому числі ворожості щодо меншин і мігрантів [5].

В більшості випадків журналісти вживають хейтсміч ненавмисно. Кожевнікова виділила наступні помилки, яких припускаються автори статей:

1. Журналістська недбалість.
2. Нскоректний заголовок.

3. Стилістичні «спокуси».
4. Змішання соціальної проблематики та етнічної риторики.
5. Заперечення громадянства за етнічним принципом [4, с. 99].

Мову ворожнечі прийнято поділяти на жорстку, середню та слабку. Жорстка форма характеризується прямими та завуальованими закличками до насилля, дискримінації (релігійної, політичної, расової та ін.). При використанні середньої мовленнєвої агресії зазвичай виправдовуються випадки насилля, дискримінації, звинувачуються певні етнічні групи у поганому впливі на державу та/або певний суспільний прошарок. Слабку форму використовують задля створення негативного іміджу певній групі суспільства або конкретній людині, протиставляння однієї групи іншій. Також за допомогою слабкої мови ворожнечі можна стверджувати про моральні недоліки певної групи, позиціонувати групи чи окремих її представників у принизливому чи образливому контексті, прямо або завуальовано стверджувати, що існування однієї групи створює незручності або заважає існуванню іншої [5].

Для підтвердження вищесказаного розглянемо конкретні приклади:

1. Газета «День». Матеріал від 5 березня 2019-го року «Убитий у Кисві не був свідком у справі "діамантових прокурорів", – ГПУ» – приклад використання середньої форми мовленнєвої агресії.
2. Газета «День». Матеріал від 21 лютого 2019-го року «Розмитнення "євроблях": завтра митниці працюватимуть цілодобово» – приклад слабкої форми мовленнєвої агресії.
3. Обозреватель. Матеріал від 7 березня 2019-го року «Як купити виборця: інструкція від ЦВК» – приклад середньої форми мовленнєвої агресії.
4. Обозреватель. Матеріал від 5 березня 2019-го року «"Бидляк Зеленський": Фаріон продовжила скандал із Гордоном» – приклад середньої форми мовленнєвої агресії.
5. УНІАН. Матеріал від 9 березня 2019-го року «"Зовсім здуріла": Седокову розкритикували через надто відверте постільне фото» – приклад слабкої форми мовленнєвої агресії.

Як бачимо, в українських ЗМІ жорстка форма агресії не використовується, або використовується вкрай рідко. Натомість середня та слабка вживаються відносно часто. З цього можна зробити висновок, що в нашому інформаційному просторі вже зроблені певні дії задля уникнення мовленнєвої агресії, але ще багато аспектів потребують доопрацювання. Наприклад, журналістам при написанні матеріалів та заголовків до них слід приділяти більше уваги як до тексту, так і до деталей у ньому, які гіпотетично можуть бути сприйняті читачами в негативному руслі.

Література

1. Вєсєр А. Навчальний посібник з проблематики «мови ненависті» [пер. з англ. Східно-Європейського Інституту Розвитку; за ред. Павліченка О.М.], Київ: Тютюкін, 2010. 96 с.
2. Верховский А. Язык вражды против общества. Москва: Информационно-аналитический центр «Сова», 2007. 259 с.

SUMMARY

Yurieva N.S. The Language of Hostility as a Manifestation of Language Aggression in Ukrainian Internet Media. Zaporizhzhia, 2020. 94 p.

Actuality of the qualification paper is caused by the need to identify and understand the manifestations of hate speech in regional online publications, as they are a source of information for a large audience, potentially subject to the negative influence of hostile statements.

The **aim** of the work is to characterize the hate speech in modern online editions of Zaporizhzhya.

The realization of the goal involves assuming the following **tasks**:

1. To develop theoretical and methodological sources on the topic of research.
2. Outline the limits of the concept of «hate speech», its interpretation in media studies.
3. Classify varieties of hate speech in the media.
4. Define the methods of creation and methods of preventing hate speech.
5. Explore Zaporizhzhia online media for hate speech usage.

Methods of research are content monitoring, deduction and induction. Methods such as descriptive, comparative, historical, generalization, analysis, and synthesis were also used.

In the **result** of the research, publications in modern online media of the city of Zaporizhzhia were analyzed. Research has shown that hate speech is most commonly used in relation to representatives of ethnic minorities groups, women, and people with disabilities. According to the study, the level of hostility has remained consistently low over the past few years.

Key words: journalistic ethics, hate speech, media education, xenophobia, ways to overcome hate speech, online publications.