

Островська Наталія

кандидатка наук із соціальних
комунікацій, доцентка
Запорізького національного
університету.

Любченко Юлія

кандидатка наук із соціальних
комунікацій, доцентка
Запорізького національного
університету

ПРОЯВИ МОВИ ВОРОЖНЕЧІ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Згідно з дослідженням Інституту масової інформації за 2022 рік у новинах про війну в Україні зафіксовано низький рівень мови ворожнечі – всього 0,3% новин з мовою ворожнечі із загальної кількості новин про війну [1]. Це дослідження стосувалось виключно повідомлень про війну в регіональних онлайн-медіа і не вивчало поширення мови ворожнечі тими каналами, з яких аудиторія найчастіше дізнається про останні події в країні і світі. Згідно з дослідженням Internews, соціальні мережі є основним джерелом новин для 55% українців, а найпопулярнішим месенджером для комунікації та споживання новин у 2022 році для українців став Telegram. 60% українських користувачів наразі воліють отримувати новини саме з цього месенджера [2]. Тому вивчення контенту цих джерел інформації і моніторинг його якості є не менш актуальним, ніж дослідження українських медіа.

«Мова ворожнечі» є перекладом англomовного терміну «hate speech». «Йдеться про певні лексичні конструкції (проте наразі можна говорити не тільки про мову, а й зображення та відео) з негативними конотаціями, які орієнтовані на людину, декількох осіб або представників окремих груп з метою їх дискримінації за расовою, релігійною, гендерною та багатьма іншими ознаками» [3]. Зрозуміло, що абсолютна більшість повідомлень у Telegram прямо або опосередковано стосуються теми війни: ведення бойових дій, інформація від Генерального штабу ЗСУ, діяльність

волонтерських організацій, моніторинг заяв від російських політиків, що стосуються України, новини від закордонних партнерів щодо допомоги Україні тощо. Мова ворожнечі, що трапляється у таких повідомленнях, демонструє поділ на «свої-чужі» і є проявом інформаційної війни між Україною і Росією. Про це свідчать висловлювання, зафіксовані під час моніторингу новин у Telegram: «русняві боєвики», «генерали-м'ясники», «шизоїди», «безумний цар», «бункерна гниль», «бункерний дід» тощо. В російських пабліках фіксуємо мову ворожнечі відносно української влади, військових, українців в цілому, ВПО, українських жінок: «хохли», «тупий рогуль», «нацисти», «українські неофашисти», «хриплий наркокомандуючий», «Зерейх», «бігуни», «прислужниці».

Як бачимо, «мова перетворюється на засіб агресивного захисту. Саме мова ворожнечі призводить до функціонування мови насильства – дій. Тому сучасний інформаційний простір все більше нагадує поле боротьби між «своїми» та «чужими» як у середовищі традиційних медіа, так і нових інтерактивних ЗМК» [4]. Мета такої лексики – дискредитація ворога, знецінення противника, розкол у суспільстві, зневіра населення тощо.

Фіксуючи мову ворожнечі в соціальних мережах, ми розглядаємо це явище як негативний прояв упереджень, дискримінаційних практик, інформаційної війни. У цьому контексті ще більше викликає занепокоєння використання авторами контенту нецензурної лексики в публічному просторі. Із часів масового її використання (березень – травень 2022 року), присутність нецензурних висловів в українському медійному сегменті триває. Ця лексика міститься в новинах, постах, коментарях до них, що є неприпустимим з позиції етичних норм публічної комунікації.

Якщо розглядати український сегмент Telegram і соціальних мереж, то більшість висловлювань мови ненависті фіксуємо на адресу Росії та громадян Російської Федерації: «русня», «кацапи», «чмобики», «свинособаки», «на болотах», «лапті». Треба сказати, що мова ворожнечі реалізується не тільки через окремі лексеми, а й цілі речення і контекст, що зазвичай характерно для оціночних висловлювань, які ширяться каналами невідомого походження.

До другої категорії можемо віднести українців, що вимушено виїхали з небезпечних регіонів, лишилися на тимчасово окупованих територіях, знаходяться за межами України. Стосовно них мова ворожнечі поширюється переважно в постах соціальних мереж, коментарях до них та до новин у Telegram. Мова ворожнечі переважно демонструє зверхнє ставлення до цих категорій, підозру у зрадництві, сепаратизмі, звинувачення у бездіяльності: «чекуни», «руйнівниці сімей», «східняки», «західняки», «українські дівки», «рабсила». Інший прояв – це звинувачення у невдячності, нахабстві. Нерідко навіть звучать заклики до насильства: «Треба, щоб діти, які волонтерять, били тих дітей, які ригають дурницями. А батьки – били батьків». Ці приклади знову демонструють опозицію «свій-чужий», в якій українці протиставляються один одному. У цьому немало роль відіграє і російська пропаганда, яка ширить ці наративи про втому всього світу від українців.

Не зважаючи на перевагу повідомлень про війну і її наслідки, мова ворожнечі стосовно ЛГБТ-спільноти лишається досить поширеним явищем в інформаційному просторі України. Як і раніше, заголовки демонструють упереджене ставлення до представників цієї вразливої групи: «Трансгендер стала офіційним спікером ЗСУ», «Ні натуралам, ні геям не потрібні ніякі прайди!», «Діти мають жити в традиційній родині». Образи, ненависть, хейт на адресу геїв, лезбійок і трансгендрів – це традиційне явище для коментарів у соціальних мережах, що демонструє гомофобність українського суспільства. Сексистські висловлювання також не зникли з українських пабліків і демонструють упереджене ставлення щодо жінок.

Серед етнічних груп мова ворожнечі найчастіше лунає на адресу ромів. Вони протиставляються українцям як такі, що порушують закони, правила поведінки, заважають «ідеальній» картинці: «циганський шабаш», «Жінка з циганського народу в автобусі закурила цигарку, сиділа та курила», «Будулаї почали вмикати борзоту», «Будулаї програли, а один будулай так програв, що аж помер», «Чому ви не зібрали їх і не вивезли?» Ці наративи ширять стереотипні уявлення про ромів, мова ворожнечі створює всі умови для ворожого ставлення українського суспільства до цієї етнічної групи.

Не так масово, але мова ворожнечі звучить на адресу людей з порушеннями стану здоров'я. Подекуди трапляється некоректні згадування людей з інвалідністю («інвалід», «людина з особливими потребами»), натомість через збільшення кількості травмованих військових, фіксуємо некоректну лексику стосовно людей з ампутацією («каліка», «скалічений чоловік», «візочник», «прикутий до інвалідного візка»). І хоча конотація таких повідомлень нейтральна, така лексика формує негативну тональність, викликає співчуття до цієї вразливої групи.

Отже, мова ворожнечі – це не просто слова, які демонструють ставлення мовця до певної категорії населення, це інструмент формування певних моделей негативної поведінки аж до проявів насилля. Сьогодні мова ворожнечі українських пабліків адресована зовнішньому ворогу, що є проявом інформаційної війни. Також фіксуємо мову ворожнечі, спрямовану на внутрішні групи, які сприймаються як «інші». Цей маркер несхожості залишається засобом протиставлення різних груп, виокремлення одних за рахунок приниження інших.

ЛІТЕРАТУРА:

1. В регіональних новинах про війну майже немає мови ворожнечі: дослідження ІМІ. *Інститут масової інформації*. <http://surl.li/mmjik>
2. Українські медіа, ставлення та довіра у 2022 році. Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа. <http://surl.li/mlrzz>
3. Бутиріна М., Сілкіна А. О. Типологія мови ворожнечі в регіональних медіа *Масова комунікація у глобальному та національному вимірах*. Дніпро : ДНУ імені О. Гончара, факультет систем і засобів масової комунікації, 2018. Вип. 9. С. 105–110.
4. Ісакова Т. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. *Стратегічні пріоритети. Сер. Політика*. 2016. №4 (41). С. 90–97.