

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЦЕНТР ЗАОЧНОГО, ДИСТАНЦІЙНОГО ТА ВЕЧІРНЬОГО НАВЧАННЯ

Кафедра журналістики та філології

МОВА ВОРОЖНЕЧІ В ЗМІ: ІСТОРИЯ І СЬОГОДЕННЯ
HATE SPEECH IN THE MEDIA: HISTORY AND TODAY

Кваліфікаційна робота
освітнього ступеня «бакалавр»
студентки спеціальності «Журналістика»,
освітньої програми «Журналістика»,
групи ЖТз – 73 – 9с

Шабали Юлії Олексіївни

Науковий керівник:
Сидоренко Ольга Павлівна,
кандидат педагогічних наук, доцент

Суми 2021

Шабала Ю.О. Мова ворожнечі в ЗМІ: історія і сьогодення [Текст]: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавра; спец.: 061 – журналістика / Ю. О. Шабала; наук. керівник О.П. Сидоренко. – Суми: СумДУ, 2021. – 41 с.

Автор розкриває зміст і соціокомунікаційну сутність поняття «мова ворожнечі»; визначає специфічні риси мови ворожнечі як прояву агресивності радянських ЗМІ; розглядає лексичні маркери ворожнечі в українських ЗМІ початку ХХІ століття; виявляє актуальні тенденції використання мови ворожнечі у сучасних ЗМІ. Основною метою кваліфікаційної роботи є виявлення та систематизація проявів мови ворожнечі в українському медійному дискурсі з погляду історії та сьогодення.

Ключові слова: мова ворожнечі, медіадискурс, дискримінаційний дискурс, агресивний текст, гендерна дискримінація, сексизм, дегуманізація, криміналізація, демонізація.

ВСТУП

На сьогодні актуальною проблемою у сучасному науковому дискурсі є питання толерантності, зумовлені тим, що в полікультурному суспільстві існують різні позиції, інтереси, цінності, думки, діалог яких часто призводить до конфліктів не лише між окремими людьми, а й між цілими національними й соціальними спільнотами. У встановленні соціальної толерантності значну роль виконують засоби масової комунікації, адже ЗМІ, висвітлюючи суспільне життя, формують в масовій свідомості розуміння й усвідомлення певних соціально-культурних цінностей, ідей, стереотипів, настанов, які можуть сприяти зростанню взаємної терпимості та взаєморозумінню в суспільстві.

Водночас журналістські видання часто виконують і руйнівну функцію, заохочуючи та підтримуючи нетерпимість до представників релігійних, етнічних та сексуальних меншин. Це пов'язано з тим, що журналісти свідомо чи несвідомо у підготовці матеріалів вдаються до мови ненависті (мови ворожнечі). У сучасному медіадискурсі трапляються з різною періодичністю дискримінаційні, негативістські висловлювання, означення, епітети стосовно етнічної приналежності, раси, віри, заклики до конфліктів, релігійного протистояння, підкреслення етнічних відмінностей і, що найгірше, прямі заклики до ворожнечі. Мова ненависті може виступати як форма прояву расизму, ксенофобії, міжнаціональної ворожості та нетерпимості, гомофобії та сексизму. Застосування «мови ворожнечі» може зумовлювати поширення, підбурювання, заохочення або виправдання расової ненависті, ксенофобії, антисемітизму чи інших форм нетерпимості, заснованих на нетерпимості, зокрема нетерпимість у формі агресивного націоналізму чи етноцентризму, дискримінації або ворожості щодо меншин, мігрантів, осіб з емігрантським корінням та інших соціальних груп.

Мова ворожнечі стала предметом зацікавлення як науковців (Т. Ісакова, Р. Пикалюк, Г. Прищепа, О. Садовнікова, К. Сіріньок-Долгарьова,

К. Шендеровський), так і журналістів-практиків (М. Буткевич, І. Віртосу, Е. Дібрівна, Р. Кухарчук, Т. Печончик, І. Седова) та інших. На сьогодні встановлено зміст і обсяг поняття мови ворожнечі, його концептуальний смисл, досліджено прояви мови ворожнечі у різних типах вітчизняних та європейських медіа, запропоновано типологію лексичних маркерів мови ненависті, з'ясовано способи створення негативного образу певних стигматизованих об'єктів – соціальних груп, щодо яких існують упередження суспільства і які стали ціллю дискримінаційних комунікативних стратегій і тактик; окреслені імовірні способи протидії дискримінаційним висловлюванням; виявлені напрями адаптації європейського досвіду протидії мові ненависті / ворожнечі в українських реаліях; розкрито цивільно-правового засади протидії мови ворожнечі у мас-медіа.

Водночас контент сучасних медіа засвідчує все ще активне вживання різноманітних мовних засобів, які несуть дискримінаційний зміст, порушують права громадян, і можуть стати передумовою виникнення різноманітних конфліктів на основі етнічних, расових, соціальних питань.

Тема нашої кваліфікаційної роботи – «Мова ворожнечі в ЗМІ: історія і сьогодення».

Мета роботи полягає у виявленні та систематизації проявів мови ворожнечі в українському медійному дискурсі з погляду історії та сьогодення.

Для досягнення мети дослідження необхідно виконати такі **завдання**:

- 1) розкрити зміст поняття «мова ворожнечі»;
- 2) визначити види мови ворожнечі та форми її прояву у ЗМІ;
- 3) виявити специфічні риси мови ворожнечі як прояву агресивності радянських ЗМІ;
- 4) розглянути лексичні маркери ворожнечі в українських ЗМІ початку ХХІ століття;
- 5) виявити актуальні тенденції використання мови ворожнечі у сучасних ЗМІ.

Об’єкт дослідження – медіатексти, які містять ознаки ворожості.

Предмет – прояви мови ворожнечі в сучасному інформаційному середовищі.

У роботі застосовувалися такі **методи** дослідження: проблемний аналіз наукової літератури, описово-аналітичний метод, прийоми структурно-семантичного й компонентного аналізу, аналіз словникових дефініцій.

Джерельна база дослідження. Фактичним матеріалом роботи стали лексичні маркери мови ворожнечі, дібрані шляхом довільної вибірки з матеріалів українських медіавидань: газет «День», «Дзеркало тижня», «Україна молода», «Наша Газета+», «Сільські Вісті», «Панорама», «Ваш Шанс», телеканалів «1+1», «СТБ» та «ICTV» тощо. Загалом проаналізовано близько 500 матеріалів.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що здійснено спробу розгляду проявів мови ворожнечі в медіадискурсі в діахронічному й синхронічному аспектах; розкрито сучасні тенденції застосування мови ворожнечі як засобу формування дискримінаційних контекстів ЗМІ.

Практичне значення: результати дослідження можуть бути використані у викладанні курсів «Сучасний медіатекст», «Медіариторика та медіалінгвістика», «Журналістські жанри», у практиці підготовки мас-медійних матеріалів.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатка. Загальний обсяг роботи – 41 сторінка, основний зміст викладено на 39 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

МОВИ ВОРОЖНЕЧІ У ЗМІ

1.1. Зміст поняття «мова ворожнечі».

У сучасному науковому дискурсі можна знайти різні найменування деструктивних форм мовленнєвої поведінки, які розпалюють ненависть, пропагують насилля, провокують негативні емоційні стани споживачів медіаінформації. Це, зокрема: мова ненависті, мова ворожості, агресивна мовленнєва поведінка, кібербулінг, кіберзнущання, кібертролінг тощо. Часто ці терміни функціонують як синоніми, при цьому кожен має свою специфічну семантику.

Звертаючись до змісту терміна «мова ненависті», А. Браун звертає увагу на той факт, що, незважаючи на існування нормативно-правових актів, що забороняють вживання мови ненависті, насправді це поняття є більш поширеним, ніж юридичне, оскільки воно використовується ширше людьми, які не є професійними юристами у соціальній галузі, а представляють культурну, політичну та економічну сфери життя соціуму [19, 2017, с. 422].

Зміст терміна «мова ненависті» викладений у Додатку № R (97) 20 до рекомендацій Комітету міністрів у галузі засобів масової інформації та інформаційного суспільства Ради Європи від 30 жовтня 1997 р. У потрактуванні цього документа мова ненависті розглядається як усі форми висловлювання, які засновані на нетерпимості, включаючи нетерпимість, виражену у формі агресивного націоналізму та етноцентризму, дискримінації та ворожості щодо меншин, мігрантів та людей іммігрантського походження [22].

У пам'ятці, підготовленій Організацією з розширення прав і можливостей для прогресу суспільства (Community Empowerment for Progress Organisation –

СЕРО), щодо мови ненависті в соціальних медіа йдеться про те, що мова ворожнечі дискримінує людину чи групу людей за ознакою раси, релігії, статі чи сексуальної орієнтації, при цьому наголошується, що в такому випадку немає нічого спільного із свободою вираження поглядів. Водночас, наголошується, вивчення та моніторинг мови ворожнечі у ЗМІ дозволить запобігти реальному насильству, оскільки: 1) мова ненависті може вважатися ключовим показником раннього попередження масового насильства; 2) обмеження використання мови ненависті – це спосіб зменшити реальне насильство; 3) введення поняття «мова ненависті» в правовий обіг дозволяє притягати до відповідальності за висловлювання, які провокують чи вже самі є правопорушенням [21].

«Мова ворожнечі» або «риторика ненависті» (від англійської hate speech) – це узагальнений термін для мовних засобів, що виражають помітно негативне ставлення людини до представників інших систем релігійних, національних, політичних, соціальних, культурних або більш конкретних субкультурних цінностей. Мова ворожнечі може бути проявом міжнаціональної ворожості та нетерпимості, расизму, гомофобії, сексизму тощо.

Незважаючи на поширення мови ненависті у багатьох сферах державного та приватного життя, сьогодні не існує єдиного загального визначення того, що таке мова ненависті. Багато визначень мови ворожнечі базуються на висновку, що вислови мають включати підбурювання до ненависті, приниження чи дискримінацію з певних причин, із відповідним переліком цих ознак, що робить ці визначення простими для застосування на практиці.

Тому для реалізації поставлених у кваліфікаційній роботі завдань послуговуємося визначення мови ворожнечі, запропоноване Інформаційно-аналітичний центр SOVA, з незначними змінами: «Мова ворожнечі – це будь-які некоректні висловлювання, адресовані етнічним, конфесійним чи іншим соціальним групам чи громадам, або окремим особам як представникам цих спільнот» [18, с. 5]

1.2. Види мови ворожнечі та форми її прояву у ЗМІ

Сучасна комунікація значною мірою опосередковується засобами масової інформації, що значно прискорює процес її глобалізації, оскільки схожі дискурсивні умови, незалежно від мови спілкування, багато в чому визначають вибір мовцями комунікаційних стратегій і тактик, а також конкретні прийоми для їх актуалізації. Щодо функціонування в межах медіадискурсу «мова ненависті» розглядається як «уся сукупність текстів (а також заголовків, фотографій та інших елементів) засобів масової інформації, які безпосередньо чи опосередковано сприяють розпалюванню національної чи релігійної ворожнечі або, принаймні, неприязні» [2].

Щоб оцінити реальні прояви мови ворожнечі за потенційним негативним впливом та тяжкістю можливих наслідків рекомендують застосовувати класифікацію Інформаційно-аналітичного центру SOVA, яка передбачає три типи прояву мови ворожнечі: жорстка мова ненависті; середня мова ненависті, м'яка мова ненависті [18, с. 8-9].

1. Жорстка мова ненависті:

- заклики до насильства (стосовно конкретної ситуації суб'єкта насильства; оголошення насильства прийнятним засобом у статтях, звітах у ЗМІ тощо, у тому числі у формі прямих закликів до насильства з боку групи);
- пряме підбурювання до дискримінації, в тому числі через загальні гасла;
- завуальовані заклики до насильства та дискримінації (пропаганда «позитивних», історичних чи сучасних, прикладів насильства або дискримінації; висловлювання типу «непогано було б зробити ...», «настав час ...» тощо);
- заклики запобігати консолідації представників певної етнічної чи релігійної групи в регіоні / районі / місті тощо (наприклад, дискусії щодо неприпустимості будівництва мечеті в «православному місті»).

2. Середня мова ненависті:

- виправдання історичних випадків насильства та дискримінації (такі вислови, як «турки вбивали вірмен в 1915 році для самооборони»);
- публікації та заяви, що ставлять під сумнів загальновизнані історичні факти насильства та дискримінації (наприклад, масштаби Голокосту або твердження про те, що «кримські татари були вислані, оскільки вони стали на бік Гітлера»);
- заяви про історичні злочини певної етнічної чи релігійної групи як таких (наприклад, «вони завжди вдавались лише до насильства», «вони завжди проти нас»);
- заяви про злочин певної етнічної чи релігійної групи (наприклад, «усі вони – крадії»);
- роздуми про непропорційну перевагу певної етнічної чи релігійної групи щодо матеріального багатства, представництва у владних структурах, пресі;
- звинувачення у негативному впливі тієї чи іншої етнічної, релігійної чи певної соціальної групи на суспільство, державу («розмивання національної ідентичності», «підриг традиційних цінностей» тощо);
- вказівка на зв'язок між будь-якою соціальною групою та політичними та державними структурами з метою дискримінації;
- звинувачення групи в спробі захопити владу або територіальну експансію (буквально, на відміну від закликів запобігти консолідації в регіоні);
- заперечення громадянства (тобто зарахування громадян до статусу іноземців залежно від їх етнічної ідентифікації).

3. М'яка мова ненависті:

- створення негативного іміджу етнічної, релігійної чи певної соціальної групи (пов'язаної не з конкретними подієвими звинуваченнями, а, швидше, вираженою ширше термінами, загальним змістом чи інтонацією тексту чи фрагмента тексту);

- згадка про етнічну, релігійну чи соціальну групу або її представників як таких у зв'язку із тим, що принижує гідність або наносить образу (включаючи кримінальну хроніку або просто, коли використовується етнонім);
- декларації про неповноцінність (відсутність культури, інтелектуальних здібностей, нездатність творчо працювати) тієї чи іншої етнічної чи релігійної групи чи певної соціальної групи як такої (наприклад, «вони годяться лише для підмітання вулиць»);
- ствердження моральних недоліків певної етнічної чи релігійної групи («євреї жадібні», «роми шахраї» – цей тип слід відрізняти від вказівки на культурну або інтелектуальну неповноцінність);
- явне цитування ксенофобських висловлювань та тексти без коментарів, що обмежує межі між позицією респондента та позицією журналіста; крім того, надання газетного простору для явної ксенофобської пропаганди без редакторських коментарів чи іншої полеміки.

Негативні установки в ЗМІ можуть варіюватися від заяв про фізичну чи духовну неповноцінність певної етнічної групи, заяв про моральні помилки («жадібні євреї», «ледачі росіяни», «повільні фіни», «тупі американці») до відкритих закликів до насильства та дискримінації проти певної етнічної чи соціальної групи. За ступенем спонукання аудиторії мас-медіа діяти проти представників інших національностей можна виділити: 1) інформацію, що вимагає конкретних агресивних дій (із застосуванням фізичного тиску); 2) інформацію, що створює негативний імідж етнічної групи (створення ментальної моделі, образу нації). Відтак толерантна та інтолерантна інформація журналістських текстів передається в масову свідомість за допомогою таких структурних елементів: 1) спеціально підібрані факти з життя представників різних етносів та цілих етносів; 2) через етнічні стереотипи; 3) використання етнічних ідей чи ідеологів; 4) через етнічні міфи; 5) використання етнічних лексем; 6) через ілюстрації з етнічним забарвленням.

РОЗДІЛ 2

МОВА ВОРОЖНЕЧІ У ДРУКОВАНИХ ЗМІ: РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АСПЕКТ

2.1. Мовна агресія радянських мас-медіа

Мову радянських газет можна схарактеризувати, вдаючись до таких термінів, як «тоталітарна мова» (Н.Куніна), «ритуальна мова» (М. Кронгауз), «соціолект» (Е. Хан-Піра) тощо.

«Мовне обличчя» радянської преси формувалося на основі «усічених» (Б. Потятиник), «обтятих» (І. Степула) слів суспільно-політичної лексики, військової термінології, так званих «революційних фразеологізмів» – закликів, лозунгів, гасел, що сприяло імперативності, нарочитій агітаційності публіцистичного стилю, підсиленій виразності негативної семантики.

Активно в пресі початку радянської доби використовувалися просторічні форми з різко зниженими експресивними забарвленнями, що вражали грубість, вульгарність, фамільярність. Знижена експресивність слів чи стилістичних фігур була стилістично заданою. Її використання свідчить про наявність елементів мови ворожнечі, зокрема у таких контекстах: *«Куркулі зі шкури лізуть та сичать неначе ті гади, аби компрометувати Радянську владу. Вдаримо по голові тих злочинців – баламутів»* (Труд – далі Т, 1921); *«Хижаци- капіталісти, цокаючи щелепами, тягнуться до нашого краю»* (Т, 1925); *«Робітники тим часом організуються, щоби до біса втопити в морі цю сволоту»* (Правда – далі П, 1921); *«Незаможний селянин! Дивись, щоб не опинитися в пазурах куркуля – павука-бандита! Жени у шию куркулів»* (КМ, 1921); *«Буржуазія пускає з ланцюга поліцейську зграю»* (Т, 1921); *«Мерзенна шайка троцькістсько-бухарінських шпигунів як п'явки приссалася до велетенського будівництва»* (Советская

Культура – далі СК, 1923). Виокремлені нами фрагменти в стилістично безобразних жанрах, як от інформаційних чи аналітичних, містять значний експресний потенціал «агресивної образності», формують дискримінаційний політично забарвлений контекст, що відповідає концептуальній структурі «агресивного типу тексту», який «акумулює в собі різноманітні особистісні характеристики мовотворення, у тому числі і вияви відкритої агресії, що виражаються системою відповідних мовних засобів» [9, 31]. Такий тип контексту здатен моделювати поведінку аудиторії ЗМІ, викликаючи низку психологічно-емоційних станів: тривогу, безпорадність, ностальгію, страх, зненависть, презирство, розлюченість, злість.

Г. Поспелова, зокрема, зазначає: «Взагалі, «пошук ворогів», заклик до знищення в боротьбі з будь-яким інакомисленням («Культпоходом зруйнуємо пристанище релігійної культури!»), «Гадину, що сичить на наше радянське життя знищити» (Т, 1921) – червоною ниткою проходить через усю атмосферу дійсності радянського періоду.

Розглянемо лексичне наповнення фрагментів, типових для журналістської практики преси 20-30-х років минулого століття, у яких максимально проявляється агресія, жорстокість автора тексту. Це можна назвати «каскадом» агресивних лозунгів: *«Хвилею безвір'я зметемо релігійне сміття. Трудящі перемагають релігійні забобони. 7-го січня відбудеться великий похорон релігії» (СК, 1921); «Коли знищували релігійну отруту»: «Що це за гарна блискуча домовина з написом: «Мир праху твоєму»? Домовина повна іконами. Це шкіряники «ховають релігію» (П, 1921); «Похоронний похід бурхливо вітають. Шкіряники не витерпіли. Не дожидавши організованого початку похоронної демонстрації, вони підпалюють труну, що з тріском горить. З сивого диму швидко з'являється велике полум'я» (КП, 1936)*

У текстах радянської преси агресивність досягалася у дискурсах, коли автори порушували питання націоналізму і націоналістів: *«Закордонні ідіоти*

жовто-блакитної масті...покладають тверді надії на український бандитизм. Бандитська отрута чим далі, тим звироднюється в організмі українського трудячого люду. Звідси надходять вісти, що селянська стихія вже випихає цих лицарів широкого шляху за свій осередок» (Т, 1934)

У період політичних репресій, масових «чисток», агресивна експресивність у текстах мала ще більш виражений характер: *«Найпідліший з підлих Іуда — Троцький — це цепкий пес фашизму, дволичний шпигун і провокатор, чиї руки по самі лікті залиті кров'ю, ховається від народного правосуддя» (П, 1923).* Агресивні тексти породжували відповідні поведінкові й мовленнєві реакції багатомільйонної аудиторії. Цікавим і показовим щодо їхнього впливу на свідомість, мислення й лінгвістичний інструментарій реципієнтів є лист учителів Степнянської школи під назвою «Знищити гадів»:

Агресивної тональності журналістським текстам додавала також актуалізація військових термінів, переважно в переносному значенні: *«Ставайте в бойові шеренги культурної революції» (Т, 1923); «Передовому загону українського революційного мистецтва, заповзятому борцеві на фронті української пролетарської країни — театру «Березіль» палкий привіт» (П, 1926)*

Правило «соціально-оцінного розмежування» виявилось на графічному рівні - в ідеологічно вмотивованому використанні великої та малої літери: для позитивних слів - велика літера (Партія, Батьківщина, П'ятирічка, Першотравень) і мала - для негативних слів (бог, різдво, великдень).

Дуже часто такі полярні за своїм стилістичним забарвленням мовні одиниці контекстуальні антоніми оформлювалися в антитези, у яких підкреслене протиставлення протилежних понять, явищ, образів досягалася просторічними формами й засобами агресивної образності: *«Один світ — капіталістичний... Другий світ — СРСР...» (СК, 1936).*

У період політичних репресій, масових «чисток», агресивна експресивність у текстах мала ще більш виражений характер: *«Найпідліший з підлих Іуда —*

Троцький — це цепкий пес фашизму, дволичний шпигун і провокатор, чії руки по самі лікті залиті кров'ю, ховається від народного правосуддя» (П, 1923).

Агресивні тексти породжували відповідні поведінкові й мовленнєві реакції багатомільйонної аудиторії. Цікавим і показовим щодо їхнього впливу на свідомість, мислення й лінгвістичний інструментарій реципієнтів є лист учителів Степнянської школи під назвою «Знищити гадів»: «Підлі гадини з правотроцькістського блоку отруювали і намагалися отруїти серця кращих синів нашої Батьківщини, вони огидні і тричі презренні виривали з наших рядівлюбимих В. В. Куйбишева...Ми вимагаємо розстрілу, повного знищення банди гадів, щоб не залишилося й сліду їхнього на нашій священній землі» (Молодь України – далі МУ, 1936)

У текстах радянської преси агресивність проявлялася, коли автори порушували питання націоналізму і націоналістів: *«Закордонні ідіоти жовто-блакитної масті...покладають тверді надії на український бандитизм. Бандитська отрута чим далі, тим звироднюється в організмі українського трудячого люду. Звідси надходять вісти, що селянська стихія вже випихає цих лицарів широкого шляху за свій осередок» (Т, 1934).*

2.2. Мова ворожнечі в матеріалах газет початку двотисячних років

ЗМІ початку 2000-их вдавалися до використання мови агресії, що підсвідомо програмує людей на негативне ставлення до тієї чи іншої проблеми, події чи явища. Цьому сприяє те, що більшість журналістів пишуть лише про негативне, оскільки вони і тільки вони є сенсаційними й активно привертають увагу читачів.

Про перенасиченість шпальт газет мовою агресії свідчать уже заголовки до різних матеріалів: «Неділя в Іраку: загинуло 100 осіб» (Ваш шанс – далі ВШ, №19,

9.05.07); «В армії США ненавидять іракців» (ВШ, №19, 9.05. 07); «Ох, для чого я на світ народився» (ВШ, №19, 9.05.07); «Померла, так і не дізналася правди» (ВШ, №19, 9.05.07); «Іранські війни. Епізод перший» (Голос України – далі ГУ, №140, 19.06.06); «Зло цілять у наших дітей» (Сумщина, 28.03.01); «Обстріляні бомжують, рятувальники крадуть» (УМ, 4.11.06); «Депутатська агонія у стилі «мавпи під кокаїном» (Україна молода – далі УМ, 27.05.07); «Ми прагнемо войовничого звернення» (УМ, 27.05.07); «Репресії проти опозиції перейшли в силову фазу» (НГ+, 27.05.07); «Корупція та хабарництво в президентському оточенні» (СВ, 5. 06.06); «Вирок винесено Саддаму» (ВШ, №45, 8.11.06); «Американські нацисти перебираються до Естонії» (ВШ, №45, 8.11.06) «Скотська паросль» (ВШ, №45, 8.11.06); «Дружня наруга» (ВШ, №45, 8.11.06); «Газова війна набирає обертів» (ВШ, №50, 14.12.05); «Пентагон готується до війни» (ВШ, №50, 14.12.05); «Програма ХАМАСа — культ смерті» (ВШ, №50, 14.12.05); «США готують агресію проти Іраку» (ВШ, №50, 14.12.06); «Справжнє гетто на українській території» (УМ, 28.03.07); «Немовлята - мов кошенята» (УМ, 28.03.07); «Порозуміння після «пам'яті крові» (УМ, 28.03.07); «Чорнобильський шлях» через синці та арешти» (УМ, 28.03.07); «На Кавказі знищено 300 бойовиків» (ВШ, №51, 21.12.07); «Пограбування банку» (ВШ, №51, 21.12.07); «Зек зарізав бомжа» (ВШ, №51, 21.12.07); «пограбування серед темної ночі» (ВШ, №51, 21.12.07); «Яблуко розбрату» (Панорама, №17, 2007); «В Американській колонії загинула дитина» (ВШ, №8, 22.02.06); «Сотні іракців готові до терактів» (ВШ, №8, 22.02.06); «Кривавий шлях до «самостійності» (ВШ, №42, 18.10.06).

Отже, беручи до уваги наведені приклади, можемо зробити висновок, що ключовими словами в усіх заголовках є «війна, смерть, теракти, ненависть», які негативно позначаються на ставленні читачів до висвітлюваних у матеріалі явищ. Саме ці заголовки є найбільш шокуючими та агресивними текстами, які сьогодні поміщають на перші сторінки для привертання уваги аудиторії. Дуже часто такі

заголовки супроводжуються низкою фотознімків, які не поступаються жорстокістю. Шокуючими є й самі матеріали, які переповнені мовою ворожнечі.

Ось матеріал під назвою «Скотська паросль», де читаємо: «Пробувала просити, вмовляти, плакати, пояснювати ... Не вийшло ... Загалом усю худобу виявилися не всі тільки троє ... Кожна намагалася показати себе найкрутішим і безжально, гризучи свою жертву. Дівчинка намагалася втекти, сховатися в під'їзді ... Її наздогнали ... Дівчинку звалили, стали бити ногами. Потім скинули в ярок. Били не даючи піднятися ... » (ВШ, №45, 8.11.06)

В цій же газеті знаходимо іншу статтю «Падіння: як світська левиця перетворилася в алкоголічку і вбивцю»: «Наталя пішла в запій. Тижнями не з'являлася вдома, поверталася зношена, змарніле ... Спала вона (стара) на ящиках, тому що дочка продала ліжко. А харчувалася ... недоїдками зі столу, що залишилися після п'янок. Добре, що один з тимчасових співмешканців Наталії зглянувся над старенькою і притягнув матрац, який до останніх днів служив їй постільлю ... Чіпляючись до матері за кожну дрібницю, дорікала їй за свою «минуле життя» і дуже часто била. Жінці під'їзду не раз зустрічали стареньку всю в синцях. А одного разу стали свідками дикої картини - доросла дочка тягла свою стареньку матір за волосся на п'ятий поверх ... А що стосується матері, то її вона перестала випускати з квартири, щоб та не могла нікому поскаржитися на знущання і голодне існування ... Наталя майже кожен день била її. Одного разу так сильно, що старенька не змогла піднятися ... ».

Інша публікація «Про що умовчує Біблія»: «Тепер ніж трактора пройшовся якраз по кришках домовин. З трухлявої деревини стирчали ковані клином чотиригранні цвяхи. Не пройшло і години, як все начиння домовини перетрушене (мабуть з цікавості), а рештки людей, черепа і кістки валялись по котловану. А на все це зверху спостерігав якийсь церковний чин в рясі» (Ярмарок, 15.05.07). «Трагедія в Степанівці»: «Поведінка нальотчиків не вкладалося в які - то рамки логіки, але висловом злості на їх фізіономії свідчило про те, що вони не жартують

... юнці прийшли в лють і почали бити господарів. Лупили кулаками і ногами. Господарів квартири від побоїв помер » (ВШ, №50, 14.12.06)

Також недоречне використання сленгу, жаргону, арго, просторічних слів, безумовно, негативно впливає на психіку людей. У сучасних матеріалах ЗМІ трапляється активне вживання цих елементів. Так, наприклад, у газеті ВШ журналіст, який описує жахливу подію (напад на оселю жителів села Степанівка та їх побиття) використовує такі лексеми: «фізіономія» (замість “обличчя”), «лупили» (замість били). І такі випадки непоодинокі: «У шию гнати таку Генпрокуратуру» (УМ, №74, 26.04.07); «Братки по крові» (УМ, №68, 14.04.07); «Згадай лайно - ось і воно» (УМ, №63, 6.04.07); «Янукович думає про «нульовий варіант», тому що він пацан, який думає, що вся Україна на базарі» (УМ, №63, 17.04.07); «Двісті «штук» для МВС» (УМ, №63, 17.04.07); «Наша Україна» пішла по етапу» (УМ, №63, 17.04.07); «Якщо зараз війна, то «бить русских - это круто» (УМ, №71, 19.04.07); «Три дні відгуляв і сотка гривень» (УМ, №60, 3.04.07); «Який же синій мітинг без «бабла» (УМ, №59, 31.03.07); «Як могили «прихильників» (УМ, №59, 31.03.07); «Р. Зварич «Тимошенко назвала мене копченим лібералом» (УМ, №20, 2.02.07); «Укрзалізниця» наварить на пасажирях додаткові 390 млн. Гривень за рахунок підвищення тарифів» (УМ, №25, 9.02.07); «Сенатори пропихають Україну і Грузію в НАТО» (УМ, №25, 9.02.07); «У Донецьку триває розгляд справи молодій жінки, у якої вибили «зізнання» про вбивство» (УМ, №25, 9.02.07); «Пане Прутнік, за базар відповісте?» (УМ, №29, 13.02.07); «Накрили у Дніпропетровську: СБУ затримала виконавців убивства російського бізнесмена Курочкіна» (УМ, №74, 24.04.07); «Депутат підозрюваний у замовленні Срохіна» (УМ, №161, 5.05.06); «Команда Янукович - Азаров почувається, очевидно, впевнено, бо вже з першого місяця почала «знімати касу» (УМ, №162, 6.09.06); «Нари для студентів. В Українських гуртожитках селять по п'ять чоловік у «двушку», тож студенти починають мріяти про 2 - поверхові ліжка» (УМ, №163, 7. 09.06); «Чернівецькі старшокласники записували на відеокамеру

знуцання над молодшими школярами, а потім помістили свій ролик «Лох — це доля» в інтернет» (УМ, №163, 9.06.06); «За Януковича» не садять» (УМ, 4.10.06); «Особливість політики те, що завжди є «хвіст» з минулого» (УМ, 6.10.06); «Від депутатів - «на собачі потреби» (УМ, 13.09.06).

Вчені говорять про те, що мова ворожнечі спостерігається і у використанні термінів, які часто застосовувались в СРСР. Вони залишають негативний відтінок, оскільки в пам'яті збереглися жахливі часи репресій, вбивств, переслідувань, за так зване «інакомислення»: «Репресії проти опозиції перейшли в силову фазу» (Наша газета + - далі НГ+, 27.06.05); «...через застосування бруталного тиску і репресій було остаточно придушене у 2 пол. 20 ст.» (НГ+, 27.06.05); «Отож, 9 чоловік увійшли до складу комітету, взяли на себе сміливість і відповідальність розпоряджатися долями людей — карати й милувати» (НГ+, 27.06.05); «Потім на засіданнях КГД обговорювали кожного з обвинувачених і заочно виносили присуд, який вони називають «відповідним рішенням, що має рекомендаційний характер для керівників влади, або організації, що стоїть вище, яка призначила такого керівника» (НГ+, 27.05.05); «Такий стан «революційної чистки» та методів, які при цьому застосовуються, зовсім не є єдиними в області, яку очолює...Василь Червоний» (НГ+, 27.05.06); «Верхом цинізму й нехтування закону є спроба зробити з Ради національної безпеки та оборони, а точніше з її апарату «новий НКВД» могутній і всесильний» (Сільські Вісті – далі СВ, 7.09.05); «Саме його зусиллями було поновлено на роботі заступника голови Нафтогазу України пана Воронова, який успішно працював і організовував газові схеми при режимові Кучми» (СВ, 7.09.05).

Як відомо, мовна гра часто використовується в художній літературі з метою висміяти явища суспільства, які викликають обурення у людей. Але використання такої мовної гри на шпальтах газет викликають не лише усмішку, але й негативні емоції: «Ахметов «обгазився» (УМ, №166, 12.09.06); «Азаров із сім'єю прихватизували гектар земельки на Південному березі Криму» (СВ, №46,

24.04.07). Тут також використовується зменшувально-пестливе значення слова земля, що також несе негативний відтінок. В цьому випадку автор лише підкреслює, виділяє мову ворожнечі. «Микола Азаров з сім'єю та групою товаришів прихватизував гектар земельки на Південному березі Криму» (УМ, №73, 21.04.07); «Після минулого літа виконавча влада була «якусоликою», а тепер стала «януколикою» (УМ, №58, 30.03.07); «Наречене право «підрахуїв» (УМ, №63, 6.04.07); «Ківалов не хоче бути «Підрахуєм» (УМ, №69, 18.04.07); «Жирик» думає, чи допомогти «Янику» (Свобода, №3, 31.01 - 6.02.06); «Перший помічник Третьякова з точністю до мікрона відтворює систему свого попередника в адміністрації Кучми Львочкина» (СВ, №46, 24.04.07)

За результатами моніторингу газет, можемо зробити висновок, що шпальти газет насичені не тільки вербальними засобами, що реалізують мову ворожнечі, але й великою кількістю невербальних засобів. Спостерігається така тенденція: на першій сторінці, як правило, міститься сенсаційний матеріал, що в більшості випадків несе негативний характер. Ці ж матеріали доповнюються відповідними фотознімками, що «добре» ілюструють написане. Опрацювавши матеріал, який стосується мови ворожнечі в радянських і сучасних ЗМІ, можемо зробити висновок, що радянська преса переповнена тоталітаризмом, відчувається диктатура влади, жорстока цензура всього, що пишеться. Широкого поширення на шпальтах газет набуло явище заміни одного факту іншим, його навмисне замовчування чи викривлення дійсності на користь держави. Що ж стосується сучасних ЗМІ, то тут спостерігається тенденція розвитку мови ворожнечі за рахунок відсутності жорсткої цензури. Журналісти часто відкидають етичні норми, кодекс честі та переступають через власні принципи орієнтуючись лише на сенсаційність матеріалу. Подібні засоби вираження ворожнечі настільки призвичаїлися в журналістських матеріалах, що почасти сприймаються як належне і не викликають у реципієнтів свідомого супротиву.

РОЗДІЛ 3

МОВА ВОРОЖНЕЧІ У СУЧАСНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

2.1. Гендерні стереотипи в мас-медіа: прояви мовного андроцентризму і мовленнєвого сексизму

Гендерна асиметрія в мові мас-медіа пов'язана із лексико-граматичною категорією роду, зокрема із здатністю іменників-назв істот у формі чоловічого роду позначати осіб за родом діяльності, інтересами, професією без урахування статево-біологічних відмінностей. Наприклад, лексема *лідер* не містить ні фемінної, ані маскулінної семи, оскільки означає особу, що має авторитет і вплив у певному колективі: *«Будь-які дії політичних лідерів ... вважаються польським мейнстримом нещирими»*; *«Лідер соціал-демократів Мартін Шульц заявляв, що партія виступає проти широкої коаліції з ХДС/ХСС»*; *«Українська повстанська армія, постаті її ідейних лідерів ... є невід'ємною складовою нинішньої "мобілізаційної" версії української ідентичності»* (Дзеркало тижня). Словники не фіксують іменника з відповідним словотворчим формантом, який би вказував на корелятивну пару жіночого роду, отже це семантично агендерне слово і у відповідному контексті може актуалізувати як чоловічу, так і жіночу соціальну стать. В академічному тлумачному словнику значення цього номена подається так: *«Той, хто стоїть на чолі політичної партії або іншої певної суспільно-політичної організації»* [15, Т. 4, с. 509]. Вказівний займенника *той*, що є граматичним маркером сексизму, підкреслює чоловічу гендерну ознаку і відбиває стереотипне уявлення носіїв мови про те, що роль лідера притаманна в абсолютній більшості чоловікам, і таким чином підкреслює, що в соціальній ієрархії маскулінне превалує над фемінним.

Проявами мовного сексизму в текстах ЗМІ є вживання іменників чоловічого роду на позначення осіб будь-якої статі: *«...Критикуючи, але при*

цьому забуваючи, що слова ці звучать з вуст (а точніше, пишуться з-під пера) не **міністра** закордонних справ, не **дипломата** і навіть не **політика** в парламенті»; **«Кінооператор Ігор Іванов відзначає ювілей»**; **«Психотерапевт Тетяна Крайнова темою інклюзії займається багато років»**; **«Книга «Повернення в Царгород» суттєво зміцнить українську суб'єктність»**, — говорить **головний редактор «Дня» Лариса Івшина**; **«Радник голови ХОДА Світлана Резван» (День)**; **«Олександр Пасхавер, позаштатний радник президента України»**; **«Прем'єр Гройсман, схоже, зробив ставку на свого радника – Сергія Попика» (Дзеркало тижня)**.

Певною мірою пом'якшити мовний сексизм, але не уникнути його, журналістам вдається, використовуючи множинні форми бігендерних іменників: **«Виконавці-інструменталісти — ансамбль «Vox animaе»**; **«Оскільки в Україні досі немає виконавців на таких барокових інструментах, як теорба, барокова гітара, ... то на ці позиції в оркестрі запрошено музикантів з-за кордону»**; **«Одним із етапів підготовки вокалістів, обраних шляхом кастингу, стали майстер-класи Емми Кіркбі»(День)**; **«А от пенсіонерам "урізана" пенсія» (Дзеркало тижня)**. У такому випадку акцентується не на гендерних ознаках тієї чи іншої статі, а на професійних. Зокрема виконавцями-інструменталістами та музикантами названо осіб, що «грають на якому-небудь музичному інструменті» [15, Т. 4, с. 34, с. 823]; вокалістами – «фахівців вокального мистецтва» [15, Т. 1, с. 726], пенсіонерами – «одержувачів пенсії» [15, Т. 6, с. 116].

Підкреслюють андроцентризм мови, а в мовленні ЗМІ є проявом мовного сексизму особові та питально-відносні займенники, що вживаються разом з бігендерними іменниками на позначення жіночої і чоловічої професій, і таким чином актуалізують маскулінні гендерні ознаки останніх, які в наведеному контексті повинні бути нейтральними: **«Найбільше зацікавлення нині викликає парамедик — що він повинен знати, вміти, чим відрізнятиметься від фельдшера**

з невідкладних станів, **якого** має замінити у службі екстреної допомоги?» (Дзеркало тижня).

Узгодження на синтаксичному рівні за формою граматичного роду іменника, а не за реальною статтю референта засвідчує мовний андроцентризм в текстах мас-медіа: «**Ще Тетяна Іванівна** — активний захисник дитячої гри»; «**Оксана Солоп** – лауреат конкурсу в номінації «Стріт-Арт» і художник»; «З поетичними підрядниками допомогла українська дослідниця перекладу Ганна Косів, фаховий знавець англійської мови»; «..говорить головний редактор «Дня» **Лариса Івшина**»(День); «До наглядової ради входили: ... **тодішній** перший заступник міністра економічного розвитку і торгівлі **Юлія Ковалів**» (Дзеркало тижня).

У текстах аналізованих видань нами зафіксовано випадки, коли синтаксичне узгодження відбувається не за граматичним родом іменника, а за його гендерною ознакою, що є ознакою гендерночутливого мовлення: «**Двері Дніпро ОДА для таких артистів завжди відкриті**», — наголосила координатор Центру допомоги АТОвцям **Наталія Шуліка**» (День); «**Цей фільм мала знімати не я, але так склались обставини, що мені запропонували сценарій і можливість реалізувати картину**», – зізнається **DT.UA режисер Олесь Моргунець-Ісаєнко**» (Дзеркало тижня).

Наведемо приклади, що нав'язують адресатові сприймати особу, названу агендерним іменником, як особу чоловічої статі на підставі граматичного роду: «**Обидві тенденції, на думку автора, хибні, їх треба долати в дискусіях**»; «**Власником котлів для спалювання торфу і виробництва теплової енергії з нього стало приватне ТОВ "Тернопільтепло"**» (Дзеркало тижня). Ці приклади демонструють гендерні стереотипи, зумовлені лінгвістичним андроцентризмом: невидимість жінок або їхня відсутність взагалі.

Гендерними стереотипами марковані й такі фрагменти: «**Однак, очевидно, хтось із депутатів зробив аналогічний простий розрахунок і одержав той самий результат**»; «**Громадянин, відповідно до Конституції України, може**

здійснювати свої права у двох правових статусах: як працююча особа (ст. 43 Конституції України) та як **суб'єкт** підприємницької діяльності (ст. 42 Конституції України)»; «Задушений податковим тягарем **підприємець** не знає, як звести кінці з кінцями» (Дзеркало тижня). Через лінгвістичний андроцентризм проявляється сексистська дискримінація жінок й ілюструються гендерні стереотипи суспільства щодо професійної здатності жіночої статі.

У медіадискурсі гендерні стереотипи щодо соціалізації жінки виявляються в тому, що автори журналістських матеріалів у співвідносній парі чоловічого / жіночого роду віддають перевагу іменникам чоловічого роду: «На зустріч із популярною українською актрисою прийшли більш ніж тисяча **шанувальників**»; «...разом із Кіркбі на сцену вийшли близько **десятка** молодих українських **співаків**»; «Тут зустрілися **викладачі** інклюзивної школи, **викладачі** центрів для дітей з обмеженими можливостями, незрячих дітей, дитячих садків» (День); «Рівний **партнер** перетворюється подекуди на **ментора** і "цивілізатора", а **адвокат** – на **прокурора**» (Дзеркало тижня). Підкреслимо, словники пропонують гендерні пари, де іменники семантично є тотожними, а відрізняються гендерними ознаками: шанувальник / шанувальниця – «хто виявляє шану до кого-, чого-небудь» [115, Т. 11, с. 405]; співак / співачка – «хто займається співом професійно» [115, Т. 9, с. 513]; партнер / партнерка – «компаньйон, товариш у якій-небудь справі, у якому-небудь занятті» [15, Т. 6, с. 79]; Вільний словник української мови пропонує гендерну пару адвокатеса [7] до слова адвокат [15, Т. 1, с. 19] – «юрист, що захищає обвинуваченого або веде якусь справу в суді, а також дає поради з правових питань». Гендерною парою до слова прокурор є розмовне прокурорша (жінка-прокурор) – «підтримує державне обвинувачення в суді» [15, Т. 8, с. 211], що за граматики-стилістичними нормами є недоречним в офіційному й науковому стилі, але не забороняється в публіцистичному, проте стилістично маркується як таке, що належить до зниженої лексики. Слово ментор на сьогодні не має гендерної пари і вживається лише як іменник чоловічого роду: «наставник,

керівник, вихователь». Отже, незважаючи на те, що українська мова володіє лексико-граматичними ресурсами гендерночутливого мовлення для забезпечення гендерно коректної комунікації, працівники мас-медіа ще не готові до цього.

У іменника поліціант на позначення «особи, що служить у поліції» [15, Т. 7, с. 84] з'явилася гендерна пара – неологізм із таким же значенням – поліціантка. Функціонування цього слова в текстах мас-медіа засвідчує, що фемінінність та маскулінінність протиставлені одне одному в площині якісної оцінки. «Свої думки щодо перемовин у Мінську робить головний **поліціант** у країні» (День); «**Поліціант** затримав грабіжника за кілька хвилин завдяки перехожим, які вказували йому напрямом» (Інформаційний акцент, 31 грудня 2017р.); «Коломийський поліціант виховав чемпіонку Європи з важкої атлетики» (galka.if.ua, 14 квітня 2017 р.); «Колишня **поліціантка** відмовилася працювати в "Муніципальній варті" (Франківчани, 10 жовтня 2017 р.); «**Найкрасивіша** поліціантка столиці відзначила ювілей (ZNAJ.UA, 24 листопада 2017 р.); «**Найсексуальніша** поліціантка Києва оштрафувала водія Bentley» (Обозреватель, 27 листопада 2017 р.); «Луцька поліціантка заперечує, що приїхала на роботу **нетверезою**» (Слово Волині, 18.02.2016 р.). У наведених прикладах оцінка осіб за гендерними ознаками не позбавлена стереотипів: якщо емоційно нейтральна властива для характеристики як особи жіночої, так і чоловічої статі; то позитивний оцінний контекст мають висловлювання про поліціанта, де розкриваються його професійні, соціально значущі риси; тоді як поліціантку автори повідомлень оцінюють переважно з позицій фізіологічних особливостей жіночої статі і часто з негативно-іронічним контекстом.

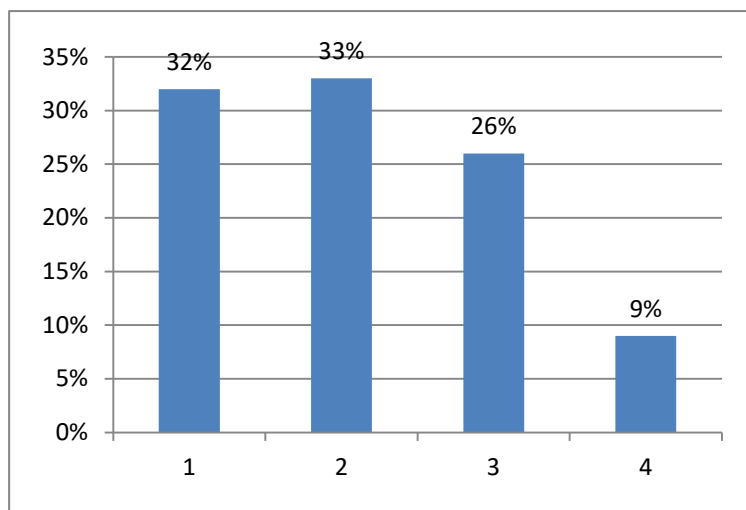
2.2. Прояви гендерної асиметрії в мовленні майбутніх журналістів як чинник

Лексеми з гендерною семантикою, а також акти комунікативної актуалізації гендерності в мовленні є складним симбіозом граматичного й лексичного, системно-мовного і позамовного, узуально-нормативного й ситуативного. Для того, щоб з'ясувати, як у реальній мовленнєвій практиці реалізується гендерна семантика іменників, які актуалізують соціальну стать, нами було проведено експеримент, учасниками якого стали 28 студенток і 18 студентів спеціальності 061 «Журналістика». Завдання анкети (див. додаток) мали на меті виявити прояви мовного андроцентризму (сексизму) та стереотипні уявленні молоді щодо соціальних ролей жінок і чоловіків. Ураховувалася кореляція між відповідями і статтю респондентів.

Завдання 1 пропонувало **назвати** особу за описаними діями (професією) і вказати **стать** того, хто може виконувати такі дії. Називаючи осіб за родом діяльності, 87 % опитаних використали для цього бігендерні іменники, які позначають осіб і жіночої, і чоловічої статі одночасно; інші ж використали іменники жіночого роду, словотвірні варіанти до іменників чоловічого роду. Зокрема і хлопці, і дівчата у переважній більшості (близько 84% і 78% відповідно) вважають, що вчити дітей, виховувати їх у садочку, прибирати приміщення і робити манікюр – це заняття для жінки, а не чоловіка, про що свідчать слова із гендерними семами фемінності: *вчителька, вихователька, прибиральниця, манікюрниця (манікюрша)*. З іншого боку, семи маскулінності яскраво виявилися в іменниках, що відбивають стереотипи хлопців і дівчат про «чоловічі» професії: *редактор (59% і 61%), юрист (71% і 54%), депутат (87% і 64%)*. Отже, можемо помітити, що хлопці значно більше схильні до гендерної стереотипізації соціальної ролі жінки і чоловіка, а відтак і до мовного сексизму. Цікавим

видається факт, що на позначення особи, що співає на сцені, 94% опитаних використали лексему співак, а соціальну роль маркували як жіночу і юнаки, і дівчата (72% і 63%).

Узагальнено результати спостережень подано в діаграмі на рис. 2.1. Відсутність стереотипної установки на професійні ролі чоловіка і жінки виявилася в бігендерних іменниках, якими студенти однаковою мірою позначили як чоловічі, так і жіночі професійні ролі (32%) Іменники з гендерною семою «жіночність» та бігендерні іменники з актуальною семою «мужність» засвідчують наявність стереотипного сприйняття соціальних ролей (сумативно-68%).



1. Бігендерні іменники з актуальними фемінними й маскулінними семами.
2. Гендерні іменники із фемінною семою.
3. Бігендерні іменники з актуальною маскулінною семою
4. Бігендерні іменники з актуальною фемінною семою

Рис. 3.1. Лексична репрезентація гендерної асиметрії

Завдання 2 мало на меті виявити стереотипи в оцінці поведінкових особливостей чоловіка і жінки. Для цього опитуваним пропонувалося визначити, для характеристики чоловіка чи жінки / хлопчика чи дівчинки вони в повсякденному мовленні використовують наведені агендерні лексеми – іменники так званого спільного роду. Для дівчат актуальною виявилася «жіноча» сема в таких словах: плакса (64%), реготуха (93%), базіка (67%), рева (44%); для хлопців: плакса (85%), реготуха (71%), базіка (68%), рева (85%), бідолаха (58%). Отже, як

гендерна ознака фемінність у дівчат і юнаків асоціюється з оцінкою жіночої статі за проявами емоційної сфери жінки. «Чоловіча» сема актуалізується в таких агендерних лексемах: непосида (64%), забіяка (82%), шульга (69%), нероба (64%), задирака (70%), заблуда (70%) – для дівчат; непосида (72%), забіяка (78%), шульга (82%), нероба (57%) – для хлопців. Такі дані вказують на те, що в оцінці чоловічої статі переважає акцент на їхній фізичній формі, діяльній сфері, навіть якщо це оцінка негативна.

Узагальнена в рис. 2.2. інформація вказує на те, що в оцінці особи за статевою приналежністю виявляється гендерна асиметрія: близько 28% агендерних лексем з оцінною семантикою респонденти асоціативно вживають на позначення особистісних рис чоловіків і жінок, а 72% лексем набувають чітко окреслених фемінних або маскулінних семантичних властивостей, позначених стереотипними уявленнями про емоційність як основну рису жінок та енергійність, дієвість, практичність як гендерні ознаки чоловічої статі. Можемо помітити, що юнаки дещо активніше оцінюють жінок, а дівчата – чоловіків.

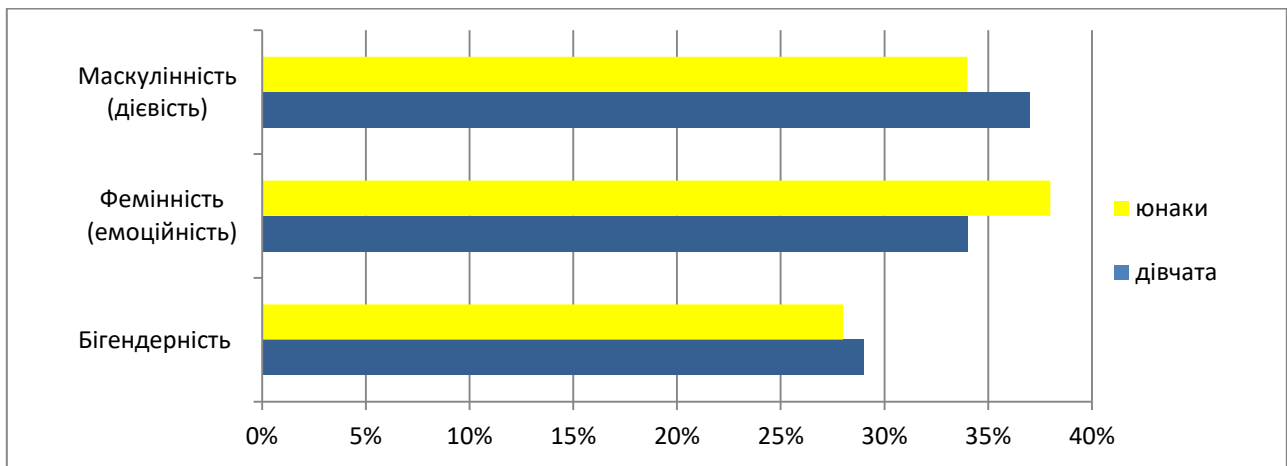


Рис. 3.2. Гендерна асиметрія в оцінці осіб залежно від статі

У завданні 3 респондентам запропоновано дати якісну характеристику гендерних пар іменників.

У парі *прийшла вчителька / прийшов вчитель* респонденти частіше (58%) вказували, що вчителька має бути молодою та гарною, доброю та улюбленою, рідше (26%) – розумною, суворою, новою чи нашою. Учитель – суворий, розумний, новий, гарний, наш (38%), рідше – доглянутий, гарний, молодий, вихований (18%). У парі *виступила кандидатка наук / виступив кандидат наук* респонденти найчастіше для кандидатки добирали такі ознаки: розумна, молода, компетентна, відома, шанована (38%). Для кандидата: відомий, поважний, добросовісний, нудний, досвідчений, кмітливий, поважний (44%).

Для пари *поліціантка затримала порушника / поліціант затримав порушника* щодо жінки опитувані дібрали такі прикметники, що свідчать про унікальність ситуації й те, що їй вдалося затримати порушника не силою, а «кмітливістю»: молода, смілива, вміла, строга, прискіплива, доброчесна, кмітлива, тендітна, справедлива (32%). Водночас поліціанта характеризують з позицій фізичної форми: сильний, спортивний, сміливий, молодий, вправний, швидкий, хоробрий (52%).

Визначаючи риси пари *психолог / психологиня*, респонденти назвали психолога так: гарний, новий, компетентний, досвідчений, лагідний, дотепний, дивний (43%). Для психологині дібрали такі характеристики: компетентна, мудра, гарна, вродлива, щира, лагідна, чудна (ознаки, що більше свідчать про її зовнішність та вдачу). Для представників обох гендерів дібрано ознаки за професійною спеціалізацією – шкільна/шкільний, сімейна/сімейний, дитяча/дитячий та соціальний (17%).

Для пари *професор / професорка* опитані дібрали такі прикметники: професор – розумний, відомий, досвідчений, поважний, мудрий, заслужений, цікавий (44%); професорка – розумна, відома, поважна, вимоглива, заслужена, мудра, а також нова, молода, знайома (29%).

Можна помітити, що сприйняття осіб за гендерними ознаками в межах одного соціального статусу (професії) відрізняється. Жінку оцінюють за емоційно-

когнітивними якостями, чоловіків – за їхніми фаховими компетенціями та фізичними рисами.

Завдання 4 було запропоновано респондентам, щоб перевірити мовленнєву кореляцію граматичного роду та гендерності як функційно-семантичної категорії. Опитувані мали доповнити речення підметами, вираженими особовими займенниками, які вказують на стать.

Виявилось, що з 10 запропонованих фразеологізмів із агендерним компонентом-зоонімом 5 дівчата узгодили із займенником відповідно до роду ключового іменника: ВОНА носить як курка з яйцем (82%), ВІН дивиться як баран на нові ворота (90%), ВІН ходить як ведмідь (72%), ВОНА мчить як стріла (42%), ВОНО росте як каченя на воді (78%). Зауважимо, у вживанні займенників, що є маркерами сексизму мови, в інших фразеологізмах виявилася переважно гендерна рівновага. Можна передбачити, що на вибір гендерного маркеру статі вплинули ментальні традиції у порівняння рис людини з тваринами, зафіксовані у зразках народної мудрості.

Юнаки аналогічно розподілили займенникові гендерні маркери, але перевагою кореляції їх із граматичним родом головного компонента значно помітніша.

Вони узгодили займенники із граматичним родом зоонімів у 8 фразеологізмах таким чином: ВОНА носить як курка з яйцем (100%), ВОНА б'ється як риба об лід (58%), ВІН тримається як реп'ях кожуха (58%), ВІН дивиться як баран на нові ворота (54%), ВІН співає як соловей (65%), ВІН ходить як ведмідь (65%), ВОНО росте як каченя на воді (72%), ВОНА походжає павою (65%).

Узагальнені дані (див. рис. 2.3. на стор. 16) вказують на те, що юнаки більше ніж дівчата схильні до актуалізації гендерних стереотипів у практичному мовленні, дівчата ж готові до гендерної толерантності, проте не позбавлені традиційних гендерних стереотипів на рівні ментальних асоціацій.

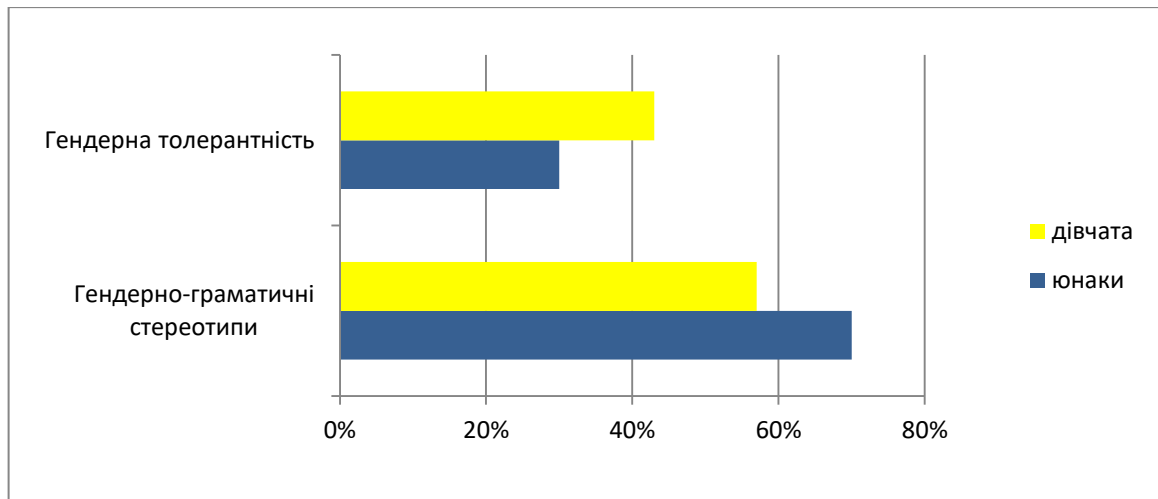


Рис. 3.3. Мовленнєва кореляція граматичного роду та гендерної семантики

2.3. Мовні маркери дискримінації мігрантів у телевізійному інформаційному просторі

Тема міграції зараз є надзвичайно актуальною в Україні. За даними досліджень, 12% дорослих українців, у великих містах навіть до 30% [14], проживають не в тому місці, де вони зареєстровані. Існує внутрішня і зовнішня міграція. І перша відповідно є дуже активною, оскільки провідні ВНЗ розташовані у великих містах (Київ, Харків, Дніпро, Одеса тощо), куди випускники шкіл з міст поменше переїжджають, де і залишаються після навчання.

Міграція — це процес переміщення або через міжнародні кордони (зовнішня), або в межах однієї країни (внутрішня), що включає будь-які пересування людей, незалежно від причин [5].

Не існує чіткого або загальноприйнятого визначення слова «мігрант». Як пише українсько-англійський тлумачний словник «Міжнародна термінологія у

сфері міграції», термін вживається не тільки в аспекті виїзду в іншу країну на постійне місце проживання, а також у більш широкому значенні термінів «іммігрант» або «емігрант», та відноситься до особи, яка виїжджає з однієї країни і прибуває для проживання в іншу [16, с.14]. Емігрант – це особа в умовах еміграції – виїзду з однієї держави з метою оселення в іншій [16, с.10].

Визначення «іммігранта» прописане в Законі України «Про імміграцію» – іноземець чи особа без громадянства, який отримав дозвіл на імміграцію і прибув в Україну на постійне проживання, або, перебуваючи в Україні на законних підставах, отримав дозвіл на імміграцію і залишився в Україні на постійне проживання [6, ст.1].

Біженець – це особа, яка не є громадянином України і внаслідок обґрунтованих побоювань стати жертвою переслідувань за ознаками раси, віросповідання, національності, громадянства, належності до певної соціальної групи або політичних переконань перебуває за межами країни своєї громадянської належності та не може користуватися захистом цієї країни, або не бажає користуватися цим захистом внаслідок таких побоювань, або, не маючи громадянства і перебуваючи за межами країни свого попереднього постійного проживання, не може чи не бажає повернутися до неї внаслідок зазначених побоювань [7, ст.1].

Дискримінація – це «обмеження або позбавлення прав одних економічних суб'єктів (держав, підприємств, громадян) порівняно з іншими без законних на те підстав» [4]. Існує кілька проявів дискримінації: дегуманізація, демонізація та криміналізація. «Дегуманізація – це психологічний процес зниження цінності життя конкретної людини або групи, шляхом позбавлення людських рис. Демонізація – це більш агресивна форма дегуманізації, суть якої полягає в приписуванні людині або групі осіб ознак, що негативно впливають на їх сприйняття» [1]. «Криміналізація – це процес виявлення суспільно небезпечних видів людської поведінки, визнання на державному рівні необхідності,

можливості й доцільності кримінально-правової боротьби з ними та закріплення їх у законі про кримінальну відповідальність, як злочинів» [17, с. 20].

Матеріалами дослідження слугували відео на Ютуб-каналах телепрограм «Гроші», «Надзвичайні новини» та «Вікна-новини». Ці публікації були обрані в результаті вибірки за ключовими словами: «біженці», «мігранти», «переселенці», «ВПО».

Випуск «Національний парк у Києві окупували роми» (Надзвичайні новини. ICTV) за 8 липня 2018 року починається зі слів «спокійно прогулятися лісом не вийде – територію окупували роми», що є неприпустимим. Наступний приклад мови ворожнечі є відео «Політичні біженці» (Вікна-новини. СТБ) за 3 липня 2017 року. Журналістка використовує недоречні слова, такі як «втікачі від кремлівського режиму». Далі публікація «На штурм кращого життя» (Вікна-новини. СТБ) за 30 жовтня 2018 року, де диктор називає біженців «новою хвилею нелегалів із Гондурасу».

Найбільше дискримінації було помітно в наступних двох випусках. Перший – «Мешканці Яготина проти розселення біженців з Сирії» (Надзвичайні новини. ICTV) за 8 березня 2016 року. Кореспондентка використовувала різні інтерпретації та порівняння, пов'язані з біженцями: «яготинці насправді бояться кочівників», «попереджає про велику терористичну загрозу від таких непроханих гостей», «безробітні і неблагополучні мусульмани піднімуть місто з колін», «не утримувати назв'язаних Європою іноземців».

Другий – «Сирійські біженці вже в Україні» (Гроші. 1+1) за 14 березня 2016 року. Ведучий та журналістка використовували дискримінаційні вислови: «як містечко Яготин збирається прихистити екзотичних біженців?», «експеримент із сирійським присмаком», «вони наступають», «зустрічайте – сирійські біженці переїжджають в Україну» (наче з насміхом), «незабаром дві сотні чужинців планують оселитися в Яготині», «невже з дня на день Україну накриє арабська

навала?», «чужинці приїдуть до Яготина вже в травні», «чому наша держава не піклується так про українців?».

Ми промоніторили випуски новин за 2016-2021 роки і виділили сюжети з ключовими словами. Тож можна помітити, що матеріали, які містять мовні маркери дискримінації, є лише за 2016-2018 роки. Можливо це пов'язано з програмою релокації у 2017 році, яку спробував задіяти ЄС. Згідно з нею, європейські країни повинні були прийняти 160 тисяч біженців з Італії та Греції. Також у 2015 році Німеччина посилила прикордонний контроль, аби завадити біженцям без перевірки їхніх документів. Це продовжувалося до 2017 року.

А в Україні в 2015 році був виданий Закон «Про зовнішню трудову міграцію». Перед тим була прийнята постанова уряду від 2014 року «Права та пільги переселенців». 2016 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо посилення гарантії дотримання прав і свобод внутрішньо переміщених осіб», основною метою якого є посилення гарантії дотримання прав і свобод ВПО та спрощення процедур їх обліку. Усе це пов'язано із загостренням ситуації на Донбасі, яка почалася в 2014 році.

Були проаналізовані телеканали «Інтер», «Україна», «1+1», «СТБ» та «ICTV», але дискримінація зустрічається лише в трьох останніх відповідно. На щастя, зараз набагато менше зустрічається ксенофобії, расизму і взагалі упередженого ставлення в українських медіа, особливо що стосується загальнонаціональних каналів.

Отже, найчастіше використовується слово «чужинці», часто зустрічаються дієслова «наступати», «оселитися», «накривати», «прихистити», «боятися», «окупувати» та вислови «втікачі», «нелегали», «кочівники», «терористична загроза», «непрохані гості», «безробітні і неблагополучні мусульмани», «нав'язані Європою іноземці», «екзотичні біженці», «навала», і навіть «сирійський присмак». Більшість із цих слів мають упереджене ставлення з боку журналіста. Звісно такі вирази впливають і на думку суспільства, яке споживає цю інформацію.

ВИСНОВКИ

Мова ворожнечі – це будь-які некоректні висловлювання, адресовані етнічним, конфесійним чи іншим соціальним групам чи громадам або окремим особам як представникам цих спільнот.

З погляду функціонування в межах медіадискурсу «мова ворожнечі» розглядається як «уся сукупність текстів (а також заголовків, фотографій та інших елементів) засобів масової інформації, які безпосередньо чи опосередковано сприяють розпалюванню національної чи релігійної ворожнечі або, принаймні, неприязні. У мас медіа можливі три типи прояву мови ворожнечі: жорстка, середня, м'яка форми. Відповідно, за ступенем спонукання аудиторії мас-медіа діяти проти представників певних етнічних, релігійних чи соціальних груп виділяють: 1) інформацію, що вимагає конкретних агресивних дій (із застосуванням фізичного тиску) через прямі заклики до насильства, підбурювання до дискримінації; 2) інформацію, яка виправдовує дискримінацію і насилля через заяви про історичні злочини певної етнічної, релігійної чи соціальної групи, звинувачення у негативному впливі тієї чи іншої групи на суспільство, державу, звинувачення в спробі захопити владу або в територіальній експансії; 3) інформацію, що створює негативний імідж етнічної чи соціальної групи (створення ментальної моделі, образу нації).

Мова ворожнечі є ідейно-політичним засобом і водночас прагматико-стилістичним прийомом вираження агресивності радянських ЗМІ. «Мовне обличчя» радянської газети 20-30-х рр. ХХ століття створювалось за рахунок суспільно-політичної лексики, військової термінології, так званих «революційних фразеологізмів» - лозунгів, гасел, закликів, що зумовлювало імперативність, підкреслену агітаційність стилю ЗМІ, а також інтенсифіковану виразність мовних засобів негативного плану. Такі мовні засоби формують дискримінаційний політично забарвлений контекст, що відповідає концептуальній структурі «агресивного типу тексту», який здатен моделювати поведінку аудиторії ЗМІ,

викликаючи низку психологічно-емоційних станів: тривогу, безпорадність, страх, ненависть, презирство, розлюченість, злість.

ЗМІ початку 2000-их вдавалися до використання мови агресії, що підсвідомо програмує людей на негативне ставлення до тієї чи іншої проблеми, події чи явища. Цьому сприяло те, що предметом медіаповідомлень обиралися переважно негативні явища, оскільки вони є сенсаційними й активно привертають увагу читачів. Основним прийомом формування агресивного контексту є політична метафора, понятійне поле якої охоплює політичну діяльність окремих груп чи осіб, політику як таку, законодавчу діяльність, політико-економічні сфери інтересів владних структур.

Гендерна асиметрія, тобто непропорційне представлення соціальних і культурних ролей обох статей в медіадискурсі, виявляється в мовному андроцентризмі – превалюванні граматичних форм чоловічого роду в номінації осіб чоловічої і жіночої статі. Засобом досягнення гендерно коректної комунікації є гендерно чутливе мовлення – використання мовних ресурсів з метою уникнення гендерної дискримінації, гендерних стереотипів та сексизму.

Соціолінгвістичне опитування, засвідчило, що в мовленні майбутніх журналістів виявляється андроцентризм. У лексичній репрезентації соціальної статі вони показали стереотипне використання гендерних іменників з актуальними фемінними й маскулінними семами. В оцінці особи за статевою приналежністю опитувані виявили гендерну асиметрію: 72% названих ними лексем мають стереотипні, яскраво фемінні / маскулінні, семантичні властивості; жінку оцінювали за емоційно-когнітивними якостями, чоловіків – за їхніми фаховими компетенціями та фізичними рисами. Респонденти показали низький рівень (34%) гендерної чутливості на рівні кореляції граматичного роду та гендерної семантики. Дівчата проявили більшу (на 16%) схильність до гендерно чутливої комунікації.

Гендерний аналіз медіамовлення засвідчив, що газета «День» намагається дотримуватися гендерно коректної комунікації, тоді як у газеті «Дзеркало тижня» наявна гендерна асиметрія з тенденцією до абсолютного мовного андроцентризму, на це вказує, зокрема, кореляції грамам жіночого роду з їхньою контекстуально-денотативною гендерною семантикою: 18 (37%) та 9 (9%) прикладів відповідно. Використання мови ворожнечі у такому випадку формує контекст гендерної дискримінації.

Проявами мовного андроцентризму і мовленнєвого сексизму в дискурсі аналізованих видань є: 1) уживання бігендерних грамам чоловічого роду з актуальною жіночою семою, навіть якщо в мові існує корелятивна пара жіночого роду; 2) уживання іменників чоловічого роду як узагальненої назви осіб обох статей; 3) використання особових та питально-відносних займенників, які актуалізують маскулінні семи бігендерних іменників в гендерно нейтральному контексті; 4) синтаксичне узгодження за формою граматичного роду іменника, а не за реальною статтю референта. Проявами гендерно коректного письма є синтаксичне узгодження не за граматичним родом іменника, а за його гендерною ознакою, актуалізація фемінних сем бігендерних іменників, використання множинних форм бігендерних іменників.

У сучасному медіаконтенті виявлено елементи ксенофобного дискурсу, що виявляється у формування мідіаобразу міграції. У висвітленні міграційних процесів журналісти вдаються до м'якої форми мови ворожнечі, зокрема використовуються лексичні маркери дискримінації за етнічною ознакою, які формують упереджене ставлення до представників «чужих» етнічних груп. У медіатекстах знайшли відбиття такі прояви дискримінації, як дегуманізація, криміналізація та демонізація.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дегуманізація (Демонізація) – що це таке і як працює простими словами [Електронний ресурс] // Termin.in.ua – Режим доступу до ресурсу: <https://termin.in.ua/dehumanizatsiia-demonizatsiia/>.
2. Дзялошинский, И.М., Дзялошинская, М.И. Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет. М.: Московское бюро по правам человека, «Academia», 2007.
3. Дібрівна Е., Кухарчук Р. «Мова ворожнечі» як тавро і цензура. Європейський контекст. Українська правда. 2017. 22 вересня. URL: <http://www.pravda.com.ua/columns/2017/09/22/7155975>.
4. Економічна енциклопедія [Електронний ресурс] // Словopedia. – 2007. – Режим доступу до ресурсу: <http://slovoedia.org.ua/38/53396/378886.html>.
5. Європейський комітет з питань міграції [Електронний ресурс] // Рада Європи – Режим доступу до ресурсу: http://www.coe.int/t/dg3/migration/European_committee_on_Migration/default_en.asp.
6. Закон «Про імміграцію» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – 2001. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2491-14#Text>.
7. Закон України «Про біженців та осіб, які потребують додаткового або тимчасового захисту» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3671-17#Text>.
8. Ісакова Т. О. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. Стратегічні пріоритети № 4 (41), 2016. С. 90-97.
9. Кузнецова Т. В. Журналістська толерантність у мас-медіа. Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку. - Л., 2007. – 528 с.

10. Мова ворожнечі та ЗМІ: міжнародні стандарти та підходи / ред.-упор. Бондаренко О., Буткевич М., Федорович І. Київ : Проект «Без кордонів» ГО «Центр «Соціальна дія», 2015. 64 с.

11. Пикалюк Р. Мова ворожнечі та вдосконалення стандартів вітчизняної медіадіяльності. Права людини та мас-медіа в Україні : Збірник конспектів лекцій / Авт. кол. За ред. Виртосу І., Шендеровського К. Київ : Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. 2018. С. 137–144.

12. Прищепа Г. «Мова ненависті» як лінгвістичний маркер «гібридної війни». Психолінгвістика. Психолінгвістика. Psycholinguistics. 2017. Вип. 22 (2). С. 98–112.

13. Сидоренко О., Немеш В. Вербалізація соціальної статі в медіадискурсі: лексико-граматичний і функціонально-семантичний аспекти. Філологічні трактати. Том 10, № 4 ' 2018. С. 68–75.

14. Система реєстрації місця проживання в Україні: її вплив на реалізацію прав та життєвих інтересів людини. Результати соціологічного дослідження. – К., Аналітичний центр CEDOS, 2018.

15. Словник української мови: в 11 томах. – Київ: Наукова думка, 1970-1980.

16. Українсько-англійський тлумачний словник «Міжнародна термінологія у сфері міграції» – Київ: Бланк-Прес, 2015. – 100 с.

17. Фріс П. Л. Криміналізація і декриміналізація у кримінально-правовій політиці : дис. докт. юр. наук / Фріс П. Л. – Вісник Асоціації кримінального права України, 2014. – 310 с.

18. Язык вражды в информационном пространстве Крыма: Информационноаналитический доклад о распространении языка вражды на территории Крымского полуострова (март 2014 – июль 2017) / Под общ. ред. И. Седовой, Т. Печончик. Киев, 2018. 40 с.

19. Brown A. What is a hate speech? Part 1: Myth of hate // Law and Philosophy. 2017. N 36. P. 419–468. DOI: 10.1007/s10982–017–9297–1.

20. Hate speech: A study of print, movies, songs and social media in Myanmar. – PEN Myanmar, 2015. 79 p.

21. Introduction to hate speech on social media // Community Empowerment for Progress Organisation (CEPO), Juba & r0 g_agency for open culture and critical transformation. Berlin, 2020. URL: <https://openculture.agency/?s=INTRODUCTION+TO+HATE+SPEECH+ON+SOCIAL+MEDIA>

22. Recommendations and declarations of the Committee of Ministers of the Council of Europe in the field of media and information society. – URL: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680645b44>

ДОДАТОК

Опитувальник на виявлення проявів гендерної асиметрії у мовленні майбутніх журналістів

Шановні студентки і студенти, просимо вас долучитися до експериментального дослідження щодо проявів гендерної асиметрії в мовленні. Це допоможе визначити шляхи підготовки вас до гендерно коректної комунікації

Укажіть Вашу соціальну стать (гендер) _____

Завдання 1 . Назвіть особу за виконуваною дією

1. Лікує людей _____
2. Висвітлює новини на ТБ _____
3. Виховує дітей у садочку _____
4. Вчить дітей у школі _____
5. Представляє інтереси виборців у Верховній раді _____
6. Співає на сцені _____
7. Захищає інтереси людей у суді _____
8. Лікує тварин _____
9. Нарощує і прикрашає нігті _____
10. Здійснює грошовий облік на підприємстві _____
11. Керує редакцією _____
12. Прибирає приміщення _____

Завдання 2. Для характеристики чоловіка чи жінки / хлопчика чи дівчинки ви у повсякденному мовленні використовуєте наведені слова? Позначте відповідно «Ч, Ж»

непосида _____,	вовкулака _____,	задирака _____,
плакса _____,	шульга _____,	базіка _____,
забіяка _____,	нероба _____,	бідолаха _____,
ненажера _____,	реготуха _____	рева _____,
нечепура _____	заблуда _____	

Завдання 3. Заповніть пропуски прикметниками

прийшла _____ вчителька, прийшов _____ вчитель; виступила _____ кандидатка наук, виступив _____ кандидат наук, _____, як баран; _____, як стріла; _____, як черепаха; _____, як калина; _____, як крейда; _____, як бджола; _____ поліціантка затримала порушника; _____ поліціант затримав порушника; _____ психолог; _____ психологиня; _____ професор; _____ професорка

Завдання 4. На місці пропусків поставте особовий займенник ВІН, ВОНА, ВОНО

_____ носить як курка з яйцем
 _____ б'ється як риба об лід
 _____ тримається як реп'ях кожуха
 _____ дивиться як баран на нові ворота
 _____ співає, як соловей
 _____ ходить, як ведмідь;
 _____ мчить, як стріла
 _____ росте, як каченя на воді
 _____ звивається вужем
 _____ походить павою