

*Олеся Мединська,
(Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка)*

*Галина Синоруб
(Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка)*

**МОВА ВОРОЖНЕЧІ У ВИБОРЧОМУ ДИСКУРСІ
(ЗА МАТЕРІАЛАМИ ОНЛАЙН-ВИДАНЬ «УКРАЇНСЬКА ПРАВДА»,
«ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ», «ВІЛЬНЕ ЖИТТЯ ПЛЮС»
ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО АГЕНТСТВА «РУБРИКА»)**

У статті висвітлено питання використання мови ворожнечі в сучасному інтернет-просторі. Систематизовано наукові визначення поняття «мова ворожнечі». За досліджуваний період виокремлено масив дискримінаційних матеріалів на виборчу тематику. Акцентовано увагу на міжнародних правових документах та законодавчих актах в Україні, які визначають критерії розпізнавання мови ворожнечі. Подано класифікацію видів риторики ненависті. Проведено контент-аналіз матеріалів на наявність мови ворожнечі у виборчому дискурсі. Виділено лінгвістичні маркери мови ворожнечі в аналізованих інтернет-ЗМІ. Доведено, що мова ворожнечі є частиною виборчої комунікації, що базується на стереотипних когнітивних схемах, негативних установках і дискримінаційних інтенціях по кандидатах.

Ключові слова: виборчий дискурс, мова ворожнечі, дискримінаційні матеріали, типи мови ворожнечі.

Олеся Мединская, Галина Синоруб. ЯЗЫК ВРАЖДЫ В ИЗБИРАТЕЛЬНОМ ДИСКУРСЕ (ПО МАТЕРИАЛАМ ОНЛАЙН-ИЗДАНИЙ «УКРАИНСКАЯ ПРАВДА», «ЗЕРКАЛО НЕДЕЛИ», «СВОБОДНАЯ ЖИЗНЬ ПЛЮС» И ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА «РУБРИКА»)

В статье освещены вопросы использования языка вражды в современном интернет-пространстве. Систематизированы научные определения понятия «язык вражды». За исследуемый период выделен массив дискриминационных материалов на избирательную тематику. Акцентируется внимание на международных правовых документах и законодательных актах в Украине, которые определяют критерии распознавания речи вражды. Представлена классификация видов риторики ненависти. Проведен контент-анализ материалов на наличие языка вражды в избирательном дискурсе. Выделены лингвистические маркеры языка вражды в анализируемых интернет-СМИ. Доказано, что речь ненависти является частью избирательной коммуникации, основанной на стереотипных когнитивных схемах, негативных установках и дискриминационных интенциях по кандидатам.

Ключевые слова: избирательный дискурс, язык вражды, дискриминационные материалы, типы языка вражды.

Olesia Medynska, Halyna Synorub. THE LANGUAGE OF VOROZHNECHI IN THE ELECTORAL DISCUSSION (FOR THE ONLINE STORIES "UKRAINIAN LAW", "MIRROR OF THE WEEK", "THE FREE PLANNING LIFE" AND "RUBRIC" INFORMATION AGENCY)

There was highlighted in the article a question about using language of enmity in modern Internet environment. There were systematised scientific interpretation of the concept "the language of enmity". During the period of investigation were selected an array of discriminating materials that were chosen within the following topic. There were payed attention on international documents and legislation Ukrainians acts that define the criteria for recognising the language of enmity. There was showed a classification that based on types of rhetoric of hatred. There was conducted content analysis of materials for the languages of enmity existence in electoral discourse. There was proved that the language of enmity is a part of electoral communications based on stereotypical cognitive schemes, negative attitudes and discriminatory intents to the candidates. There were highlighted linguistic markers of the language of enmity in analysed online media.

Key words: electoral discourse, the language of enmity, discriminating materials, types of the language of enmity.

Проведення політичних виборів є важливою передумовою демократичності суспільства, одним із механізмів формування органів влади. У процесі боротьби за владу кандидати використовують різноманітні методи та способи завоювання симпатій електорату, за допомогою якого отримують делеговані повноваження. Із всього комплексу дій, які здійснюють вони під час виборчої кампанії, особлива увага звертається на застосування виборчих технологій у медіа. ЗМІ відіграють вагомую роль при формуванні громадської думки, є ретрансляторами виборчої комунікації. У передвиборчий період завдання українських мас-медіа – допомогти громадянам зробити поінформований, усвідомлений вибір під час президентських виборів. У цьому контексті особливої актуальності набувають питання репрезентації виборчого дискурсу в ЗМІ з уникненням дискримінаційних комунікативних стратегій, зокрема мови ворожнечі.

Мова ворожнечі була об'єктом наукового аналізу українських і зарубіжних дослідників, зокрема А. Бойко, Т. Бондаренко, А. Вебер, О. Верховського, О. Горбачової, Д. Дуцик, Н. Ілляк, Т. Ісакової, Г. Кожевнікової, В. Савончак, О. Черних тощо. Проблеми функціонування мови ворожнечі в соціумі артикулювали в наукових студіях С. Жаботинська, К. Рускевич, В. Клемперер, О. Гладилін, О. Карп'як, Г. Почепцов. У лінгвістичному аспекті мову ворожнечі досліджували М. Гречихін, О. Коробкова, Е. Понарін, Н. Сидоренко, Л. Ставицька, О. Тараненко, Г. Черненко, О. Шелюх тощо.

Мета статті – дослідити особливості вживання мови ворожнечі у медіатекстах на виборчу тематику (за матеріалами онлайн-видань «Українська правда», «Дзеркало тижня», «Вільне життя плюс» та інформаційного агентства «Рубрика»).

Мета наукового дослідження передбачає реалізацію таких завдань: окреслити дефініцію поняття «мова ворожнечі»; виокремити за досліджуваний період масив матеріалів, у яких продукується мова ненависті; виділити види риторики ворожнечі; проаналізувати приклади використання мови ненависті в онлайн-виданнях.

Поняття «мова ворожнечі», яке в Україні активно увійшло в ужиток у 2006–2007 рр., походить від англ. «hate speech». Окреслити його семантику намагалися фахівці державного управління, права, соціальних комунікацій, мовознавці. Термін «мова ворожнечі» не має однозначного визначення ані в нормативно-правових актах, ані в академічній науці. На думку правозахисників Дж. Джакобса та К. Поттера, «мова ворожнечі – термін, який належить до низки негативних висловів, починаючи від підбурювання і закінчуючи ненавистю, зловживанням, дискредитацією, образливими словами та епітетами, і, можливо, надзвичайними прикладами упередження» [7, с. 178]. Н. Ілляк, актуалізуючи питання впливу ЗМІ на суспільство, наголошує, що саме мовні засоби моделюють соціальну поведінку, спосіб мислення, мовленнєву культуру громадян [7]. А. Бойко зауважує, що мова ненависті у ЗМІ допомагає «диференціювати суспільство та ідентифікувати його

представників за принципом «ми – вони», «свій – чужий», що призводить до дегуманізації» [7, с. 178]. О. Горбачова констатує, що поняття «мова ворожнечі» вживають для «позначення будь-якої публічної «мовної» дії, прямо чи опосередковано заснованої на ксенофобії, яка видозмінює, спотворює соціальні відносини, слугує причиною агресії, насилля, ворожнечі та конфліктів за принципом національного, релігійного, соціального чи іншого розрізнення...» [1, с. 36].

Медіаюрист та виконавчий директор ГО «Платформа прав людини» О. Бурмагін зазначає, що термін «мова ворожнечі» відсутній в українському законодавстві, тому немає протидії [9]. Однак знаходимо тлумачення цього поняття у Рекомендаціях Комітету міністрів Ради Європи № 97 (20): «Мова ворожнечі (мова ненависті) – це всі види висловлювань, котрі поширюють, розпалюють, підтримують або виправдовують расову ненависть, ксенофобію, антисемітизм та інші форми ненависті, викликані нетерпимістю, у 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» [9].

Із мовознавчої точки зору мова ворожнечі – це «лінгвістичні засоби вираження різко негативного ставлення до будь-яких явищ суспільного життя, а також до людей, що є носіями інших, протилежних автору, духовних цінностей» [3]; «метафоричний еквівалент поняття «мовна агресія», під яким розуміють специфічну форму поведінки, що вмотивована агресивним станом мовця» [4, с. 201]; «спосіб мовного конструювання моделей і практик соціальної нерівності» (Е. Понарін); «мовне вираження інтолерантності, або лінгвістично виражена нетолерантність» [5]; «комунікативно-мовний механізм зниження соціокультурного статусу іншого» [2, с. 73].

Чимало дефініцій мови ворожнечі ґрунтуються на встановленні факту розпалення ненависті, приниження чи дискримінації за певними ознаками у висловлюваннях. Керуючись численними визначеннями цього поняття, ми вирішили сформулювати одне узагальнене, яке, на наш погляд, якнайкраще описує це явище. Отже, мова ворожнечі – це будь-яка форма і зміст висловлювання з елементами заперечення принципу рівності всіх людей у правах.

Зазначимо, що існують міжнародні правові документи та низка законодавчих актів в Україні, які визначають критерії розпізнавання мови ненависті:

1. Рамкова конвенція про захист національних меншин.
2. Додатковий протокол до Конвенції про кіберзлочинність, який присвячений питанням переслідування расистської та ксенофобної діяльності в мережі.
3. Рекомендація Ради Європи щодо мови ненависті 97 (20), Рекомендація 97 (21) щодо ЗМІ та сприяння розвитку культури толерантності.
4. Стаття 161 Кримінального кодексу України призначає покарання за «умисні дії, спрямовані на розпалювання національної, расової чи релігійної ворожнечі та ненависті...».
5. Стаття 6 Закону України «Про телебачення та радіомовлення», у якій накладається «заборона на пропаганду винятковості, зверхності або неповноцінності осіб за ознаками їх релігійних переконань, ідеології, належності до тієї чи іншої нації, фізичного або майнового стану, соціального походження».

У сучасному науковому дискурсі дослідниками (Г. Кожевнікова, О. Верховський, В. Малькова) актуалізуються три форми мови ворожнечі: жорстка, середня, м'яка. М. Кроз та Н. Ратинова пропонують таку класифікацію: фальшива ідентифікація (формування і підкріплення негативного етнічного стереотипу, образа нації, релігії, певної групи); фальшива атрибуція (приписування ворожих дій і ризикованих намірів представникам якої-небудь нації, релігії); «уявна оборона» (підштовхування до яких-небудь дій проти певної нації, релігії тощо).

Можна виділити такі конкретні види риторики ненависті, які транслюються через ЗМІ:

1. Заклики до насильства (із зазначенням об'єкта насильства; проголошення насильства допустимим засобом у своїх матеріалах).
2. Пряме підбурювання до дискримінації, зокрема у формі загальних гасел.

3. Завуальовані заклики до насильства і дискримінації (пропаганда «позитивних», історичних чи сучасних, прикладів насильства; вислови на кшталт «добре б зробити з ...», «давно час ...» тощо).

4. Створення негативного образу етнічної, релігійної чи соціальної груп.

5. Виправдання історичних випадків насильства і дискримінації.

6. Публікації та висловлювання, які піддають сумніву загально визнані історичні факти насильства і дискримінації.

7. Твердження про неповноцінність (брак культури, інтелектуальних здібностей, нездатність до творчої праці) етнічної, релігійної чи соціальної груп (на кшталт «вони придатні тільки для підмітання вулиць»).

8. Міркування про історичні злочини етнічної, релігійної чи соціальної груп (на зразок «вони завжди вдавалися лише до насильства», «вони завжди змовлялися проти нас»).

9. Твердження про кримінальність зазначених груп (наприклад, «усі вони – злодії»).

10. Твердження про моральні недоліки етнічної, релігійної чи соціальної груп («євреї – користолюбні», «цигани – брехуни»).

11. Міркування про непропорційну перевагу тієї чи іншої групи в матеріальному достатку, представництві у владних структурах, ЗМІ.

12. Звинувачення в негативному впливі тієї чи іншої етнічної, релігійної або певної соціальної групи на суспільство, державу («розмивання національної ідентичності», «підірвання традиційних цінностей» тощо).

13. Згадка певної групи або її представників у принизливому чи образливому контексті.

14. Заклики не допустити закріплення в регіоні (районі, місті) представників тієї чи іншої етнічної або релігійної групи (наприклад, розмірковування про неприпустимість будівництва мечеті у «православному місті»).

15. Цитування ксенофобних висловлювань і текстів без коментарів, визначального розмежування між позиціями інтерв'юйованого і журналіста; надання місця в газеті для ксенофобної пропаганди без редакційного коментаря чи іншої полеміки.

16. Звинувачення групи у спробах захоплення влади або в територіальній експансії.

17. Заперечення громадянства (згадка про громадян як про іноземців чи «не-громадян» через їхню етнічну ідентифікацію) [10].

Вагомий вплив на формування інформаційного простору та радикалізацію настроїв у суспільстві має риторика ненависті, яку продукують самостійно чи транслують від держслужбовців мас-медіа. Як зауважує незалежний експерт, представник Східноєвропейського інституту розвитку Мрідула Гош, «спостерігаються гострі ксенофобські закиди, коли кандидат або політична сила борються за серце і душу виборця. Бо політик відзначає, хто його виборець, і розділяє суспільство, ділить різні прошарки населення відповідно до свого світогляду та своєї виборчої програми» [6].

Мас-медіа переповнені мовою ворожнечі, що «нормалізує» негативні установки й упередження щодо претендентів на посаду Президента України та партій, які вони представляють. Це призводить до невизначеності виборців, зневіри до кандидатів, а відтак, песимістичного настрою щодо майбутнього нашої держави.

Розглянемо наявність мови ворожнечі за політичним спрямуванням у виданнях «Українська правда», «Дзеркало тижня», «Вільне життя плюс» та інформаційному агентстві «Рубрика».

Для формування вибіркової сукупності онлайн-видань використано вибірку за категоріями, найбільш розпізнаними в навігації інтернет-медіа. Хронологічний період складає січень-лютий 2019 року, оскільки із січня в Україні почалася передвиборча агітація, а отже, зросла кількість публікацій на політичну тематику.

Результати проведеного контент-аналізу відображено в таблиці, де вказана кількість вжитих ключових слів (мови ворожнечі) у матеріалах кожного з досліджуваних видань (див. табл. 1).

Результати контент-аналізу

Категорія	Одиниці категорії	Видання			Інформаційне агентство
		«Українська правда»	«Дзеркало тижня»	«Вільне життя плюс»	«Рубрика»
За політичним спрямуванням (у перед-виборчий період)	Кнопкодав	14	–	–	–
	Кнопкодавство	36	–	–	–
	Прогульник	18	2	–	–
	Засівати	7	–	–	–
	Гречкосійство	2	–	–	–
	Матросити	1	–	–	–
	Бандерівці	2	–	–	–
	Тітушки	2	–	–	–
	Мент	1	–	–	–
	Хохол	1	1	–	–
	Сірі конячки	–	2	–	–
	Сірі кандидати	–	1	–	–
	Українське кривосуддя	–	1	–	–
	Інославний	–	1	–	–
	Латентні агенти	–	1	–	–
	Світський лев	–	1	–	–
	Найяскравіша розмальовка	–	1	–	–
	М'язиста лапа	–	1	–	–
	Новий «голобородько»	–	2	–	–
	Фейсбучний герой/простір	–	2	–	–
	Репетиція Страшного суду	–	1	–	–
	Політичне насильство	–	1	–	–
	Лівак	–	1	–	–
	Холопський стан	–	1	–	–
	Виборчі «сітки»	–	16	–	–
	«Сітка» імені Порошенка	–	3	–	–
	«Сітка» імені Тимошенко	–	2	–	–
	Вождь «Батьківщини»	–	1	–	–
	«Порох-1»	–	1	–	–
	«Сітковики»	–	2	–	–
	Вітряки	–	1	–	–
	«Азовець»	–	1	–	–
	Агітаційна «сітка»	–	2	–	–
	«Курс порохобота»	–	1	–	–
	«Аморальне видовище»	–	1	–	–
	Хапуга	–	–	1	–
	Трошки Зеленський	–	–	2	–
	Буржуазні націоналісти	–	–	1	–
	«Історическая родіна»	–	–	2	–
	Букоголіки	–	–	1	–
	Слуга в ярмулці	–	–	1	–
	Найнародніша газівника	–	–	1	–
	Світлі лики	–	–	1	–
	Армія воскресителів	–	–	1	–
	Чорні пінгвіни	–	–	1	–
	Виборчий вертеп	–	–	2	–
	Осліпки	–	–	1	–
Фальшиві завіси	–	–	1	–	
Лицеміри	–	–	1	–	
Пустомелі	–	–	1	–	
Нардеп-вигнанець	–	–	–	1	
Старший товариш	–	–	–	1	
Совковий	1	–	–	1	
Рудимент	–	–	–	1	
Загальна кількість		87	51	18	4

За результатами контент-аналізу матеріалів українських інтернет-видань встановлено наявність слів емоційно-негативного забарвлення, які з'явилися в передвиборчий період і принижують, стигматизують як політиків, так й аудиторію.

На основі проведеного дослідження виділяємо лінгвістичні маркери «мови ворожнечі» в аналізованих інтернет-ЗМІ: видозмінені літературні вислови, що не приховують наміру автора образити, викликати негативні асоціації щодо адресата; вживання некоректних термінів та перекичування суті задля яскравого заголовка; використання пейоративної лексики, тобто стилістично зниженої, яку застосовують як спосіб демонстрування негативних емоцій, посиленої агресивності, фамільярного ставлення до політичних діячів; оказіональні новотвори (латентні агенти); оціночно-інтерпретаційні дієслова («приїхало», «прислужувати»); грубо фамільярна лексика («плює на закони»); навмисне створення стереотипу; іронія й інші різновиди злого гумору; категоричне твердження або оцінка без пояснення багатозначних слів, наприклад, із метою створення сенсації; наявність закликів і спонукань до негативних дій, дискримінації у відкритій та завуальованій формах; протиставлення груп «свої» і «чужі»; прийом «твердження через заперечення» з метою створення контрасту, що полягає в натяку на погану репутацію «чужих» і підкресленні хорошої репутації «своїх»; повторення слів для привернення уваги до них.

Серед досліджуваних онлайн-видань лідером у використанні мови ворожнечі є «Українська правда», де знаходимо 87 експресивних слів негативного забарвлення. Наприклад: «Підкупувати виборців, «засівати» гречкою чи застосовувати адміністративний ресурс стане значно важче»; «...піймали у Верховній Раді за кнопкодавством під час голосування». Другим за вживанням мови ненависті є видання «Дзеркало тижня» (51 випадок), наприклад: «Цікаво, що в складі делегації не було «профільного» міністра – Євгена Нищука («Дзеркало тижня»). У цьому ж виданні читаємо: «Виборець стає по-дитячому примхливим, – він вимагає всього; по-дитячому егоїстичним, – він вимагає насамперед для себе; по-дитячому безпорадним, – він усьому вірить. Йому, виборцеві, у цей період особливо подобаються барвисті обгортки, безкоштовні ласощі та яскраві вистави, де виряджені в театральний реквізит лицедії, пустуючи й кривляючись, зображують бетменів, бетвуменів, гаррі поттерів та інших голобородьків. На період виборів критичне мислення в багатьох вимикається, як світло в дитячій після дев'ятої вечора». Значно менше (18 одиниць) знаходимо у тернопільському інтернет-виданні «Вільне життя плюс». Промовистий заголовок «Трошки Зеленський» такого повідомлення: «Поїхав колишній регіонал Олександр Вілкул у Бердянськ показати себе перед президентськими виборами. А там активісти вирішили його «оригінально» зустріти. Один узяв та й облив зеленкою». У цьому ж виданні виборчий період порівнюється з вертепом: «Той – народний президент на вилах, той – слуга народу в ярмулці, та – взагалі найнародніша газівничка. Як на парад чи на конкурс краси виходять. І весь отой гарמידер набирає обертів, стрімкого пришвидшення та їдкої нав'язливості».

«Рубрика» – українське інформаційне агентство, що вміщує найменшу кількість слів мови ненависті за досліджуваний період [10]. Наприклад, у дискурсі цього ресурсу знаходимо: ««Народний рух України» висунув у президенти нардепа-вигнанця із «Самопоміч» тощо.

Проаналізувавши медіаматеріали в онлайн-виданнях, зазначаємо, що у виборчому дискурсі продукуються дискримінаційні комунікативні стратегії. В аналізованих інтернет-ЗМІ спостерігаються прояви мови ворожнечі щодо кандидатів та політичних партій. Найбільша кількість дискредитаційних текстів зафіксована в онлайн-виданні «Українська правда» – 53 % усіх проаналізованих матеріалів. Найменше риторики ненависті в повідомленнях інформаційного агентства «Рубрика». Журналісти використовують середню та м'яку форми мови ненависті.

Лінгвістичні ознаки мови ворожнечі в медіатекстах такі: нелітературні слова (жаргонізми, просторіччя) і видозмінені літературні вислови, які не приховують наміру журналіста викликати негативні асоціації щодо кандидата чи партії; вживання расизмів

(хохол тощо), лукізмів (м'язиста лапа); метафоричні лексеми; використання слів у переносному значенні, руйнування прямого номінативного значення, що породжує відповідне асоціативно-семантичне поле.

Небезпека мови ворожнечі в журналістиці існує давно. У багатьох частинах світу вона призвела до трагічних наслідків. Її використання може підбурювати до скоєння злочинів на ґрунті ненависті. Тому ЗМІ мають утримуватися від трансляції мови ворожнечі та керуватися у своїй діяльності професійними етичними стандартами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Горбачова О. В. Мова ворожнечі : ксенофобія чи безладність [Електронний ресурс] / О. В. Горбачова // Правий екстремізм і толерантність : з досвіду України та Німеччини. – К.: Заповіт, 2008. – С. 36-43. – Режим доступу : <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/06708.pdf>.
2. Гречихин М. В. Роль языковых единиц с семантикой агрессии в организации текстов СМИ / М. В. Гречихин // Журналистика и медиаобразование: сборник трудов II Междунар. научно-практ. конференции. – 2007. – Т. II. – С. 72–75.
3. Денисова А. В. Язык вражды: некоторые особенности судебных лингвистических экспертиз [Электронный ресурс] / А. В. Денисова. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-vrazhdy-nekotorye-osobennosti-sudebnyh-lingvisticheskikh-ekspertiz/>
4. Дзялошинський І. М. ЗМІ та громадянське суспільство / І. М. Дзялошинський // Актуальні проблеми Європи. – 2008. – № 2. – С. 192-209.
5. Коробкова О. С. Маркеры языка вражды в номинациях этнической принадлежности: социолингвистический аспект [Электронный ресурс] / О. С. Коробкова. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/markery-yazyka-vrazhdy-v-nominatsiyah-etnicheskoy-prinadlezhnosti-sotsiolingvisticheskiy-aspekt5>
6. Мову ворожнечі в Україні поширюють політики-експерти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/24740474.html>
7. Мова ворожнечі, мова ненависті, hate speech // Енциклопедія прав людини: соціально-педагогічний аспект: [колективна монографія] / за заг. ред. проф. Н. А. Сейко; відп. ред. Н. П. Павлик. – Житомир : Волинь, 2014. – С. 178–179.
8. Рекомендация N R (97) 20 Комитета министров Совета Европы государствам-участникам по вопросам «разжигания ненависти» [Электронный ресурс] // ВРУ. – Режим доступа : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/994_093
9. Термін «мова ворожнечі» відсутній в українському законодавстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ppl.org.ua/termin-mova-vorozhnechi-vidsutnij-v-ukrainskomu-zakonodavstvi.html>
10. Чому мова ворожнечі з'являється у ЗМІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cje.org.ua/ua/blog/chomu-mova-vorozhnechi-zyavlyayetsya-u-zmi>

Стаття надійшла до редакції 5.12.2018 р.