

**ПАНЕЛЬ
МЕДІАОСВІТА, МЕДІАГРАМОТНІСТЬ І
МЕДІАКУЛЬТУРА ЯК БАРОМЕТРИ РОЗВИТКУ
ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА**

Ірина Танасійчук,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,
Національний авіаційний університет
Науковий керівник — кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент **Олена Мельникова-Курганова**

**МОВА ВОРОЖНЕЧІ ЩОДО ПРЕДСТАВНИКІВ УКРАЇНСЬКОЇ ВЛАДИ
В ПРОРОСІЙСЬКИХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛАХ**

Під час російсько-української війни ворожі пропагандисти вдаються до великої кількості засобів ведення інформаційних війн, щоб налаштувати російську й українську аудиторії проти офіційних представників української влади. Одним із найрозповсюдженіших засобів стала мова ворожнечі.

Постановка проблеми. Відповідно до досліджень таких науковців з галузі соціальних комунікацій, як Т. Ісакова, О. Львова та Г. Прищеп, під час повномасштабних бойових дій в інтернет-просторі різко зросла за кількісними показниками мова ворожнечі, що викривляє сприйняття діяльності українських політиків і створює ілюзію їхньої бездіяльності і невігластва.

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що телеграм став зручним майданчиком для розповсюдження мови ворожнечі серед великої аудиторії, яку швидко підхоплюють звичайні користувачі.

Основне завдання дослідження: визначити, які основні наративи використовують під час розповсюдження мови ворожнечі щодо української влади в проросійських телеграм-каналах.

Мова ворожнечі, як явище у ситуації війни, постійно видозмінюється й отримує нові форми. На думку Т. Ісакової, головним завданням мови ворожнечі стає реакція, в момент якої зникає критичне мислення. У мові змінюються не тільки значення слів, а й закони вживання. Часто доволі нейтральні, за своєю суттю, слова, набувають зневажливий сенс і викликають цілеспрямовану емоційну реакцію [1, с. 90].

Проросійські пропагандисти послуговуються мовою ворожнечі на адресу українських політиків, в першу чергу, для російської аудиторії, зокрема для посилення антиукраїнських настроїв слід послідовно налаштовувати користувачів на негативне сприйняття верхівки влади як ворога. Основний об'єкт мови ворожнечі для авторів телеграм-каналів з українофобським напрямком – Президент України Володимир Зеленський. На його адресу створюється багато прикладів мови ворожнечі. Наприклад, пропагандистка Ольга Шарій в своєму дописі у соцмережах від 16 червня 2022 року пише: «Щиро вітаю Львівський апеляційний суд і Зелебобу із заборонаю нашої партії (16 червня 2022 року Восьмий апеляційний суд міста Львова заборонив проросійську «Партію Шарія», — прим.). «Зелебоба» – широко розповсюджене прізвисько Президента В. Зеленського, яке було створено в українському медіапросторі його

противниками, однак під час війни дуже швидко було підхоплено прокремлівськими ЗМІ. Його мета —зневажити і принизити, продемонструвати проросійську позицію з приводу його діяльності.

Пропагандисти часто вдаються до створення мови ворожнечі для фейкових новин, що не мають стійкої доказової бази. Так, Анатолій Шарій відреагував в своєму телеграм-каналі на зустріч актора Ш. Пена і В. Зеленського з використанням образу наркомана. Слово «нарик» було адресовано очільнику держави, якого під час виборчої кампанії 2019 року звинуватили у вживанні наркотиків. І хоча немає жодного клінічно доведеного висновку про наркотичну залежність В. Зеленського, автори подібних каналів часто маніпулюють старими фейками за допомогою мови ворожнечі.

О. Львова стверджує, що мова ворожнечі може бути конкретизована не лише на суспільно-політичних, культурних чи етнічних рисах, але й на зовнішньому вигляді [2]. Це підтверджує наступний приклад в телеграм-каналі Дмитра Васильця про чутки щодо призначення на одну із керівних посад родички спікера Верховної Ради Р. Стефанчука від 24 березня 2023 року, називаючи її «родичкою українського Коливана». Коливан — персонаж російського мультфільму «Добриня Нікітич і Змій Горинич», який був одним із антагоністів стрічки і відрізнявся кремезною статуєю. Підкреслюючи фізичні особливості Р. Стефанчука, журналіст намагається звести всі характеристики політика до образливого порівняння.

Коли віднайти способи створення мови ворожнечі стає складним, прокремлівські канали починають використовувати звичайні образливі слова, експресивну лексику, оціночні судження, які констатують їхнє ставлення до тих чи інших українських політиків. Так, телеграм-канал «Звісно, ідіот Данилов усіх запевняє, що вони готувалися до війни з Росією, але реальність зовсім інша, і ми прекрасно розуміємо, що зараз прості українці та солдати розплачуються за бездіяльність влади». Певні політичні фігури, на кшталт О. Данилова, голови РНБО України, не мають за собою очевидних яскравих інформаційних приводів, тому для створення мови ворожнечі використовується експресивна лексика.

Г. Прищепя в своєму дослідженні відмічає, що мовою ворожнечі може стати і «дискримінація щодо окремих осіб чи певних соціальних груп (меншин), згадка яких у ЗМІ відбувається з урахуванням їхнього соціального положення, популярності, рівня доходів чи національності» [3]. Телеграм-канал «Голованов» містить наступне повідомлення від 24 березня 2023 року, де описує загальну діяльність українських політиків, їхню так звану жорстокість в умовах російсько-української війни і бажання досягнути європейських цінностей в масштабі держави. Також канал демонструє історично складене ставлення росіян до України, вдаючись до дискримінації за національністю. Пропагандист дозволяє собі використання грубих метафор з використанням обценної лексики.

Таким чином, можна констатувати, що мова ворожнечі, яку використовують проросійські телеграм-канали для роздмухування ненависті до українських офіційних представників влади, створюється за допомогою багатьох наративів, серед яких присутній метод використання фейків, на підставі яких і з'являється хейтспіч. Так само для приниження честі та гідності українських політиків пропагандисти вдаються до експлуатації фізичних особливостей діячів, їхнього національного походження, викривання професійної «некомпетентності» тощо. Журналісти також не нехтують використанням обценної лексики, аби посилити ефект від вже існуючих засобів мови ворожнечі.

Список використаної літератури

1. Ісакова Т. О. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. *Стратегічні пріоритети*. 2016. № 4 (41). С. 90–97.
2. Львова О. Мова ворожнечі: теоретико-правовий аналіз понять. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/559991.pdf> (дата звернення: 01.04.2023).
3. Прищеп Г. «Мова ненависті» як лінгвістичний маркер «гібридної війни». *Психолінгвістика*. *Психолінгвістика*. 2017. Вип. 22 (2). С. 98–112.
4. Почепцов Г. Г. Особенности пропагандистских механизмов с двух сторон российско-украинского конфликта. URL: <http://discourse.in.ua/node/4221>.

Марія Гудз,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
спеціальність 014 Середня освіта,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка,
вчитель української мови і літератури,
Тернопільський ліцей № 21 –
спеціалізована мистецька школа імені Ігоря Герети
Науковий керівник – доктор педагогічних наук,
кандидат філологічних наук, професор **Наталія Грицак**

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Ми живемо у час інформаційного буму, для якого характерне масове поширення будь-якої інформації. Члени суспільства, здебільшого, сприймають світ так, як його зображують медіа. Втім, кожен член соціуму має можливість бути не лише споживачем інформаційного контенту, але й активним творцем, використовуючи при цьому різні соціальні мережі («Facebook», «Instagram», «YouTube» та інші). З огляду на це І. Арістова, В. Ільганаєва, В. Ліпкан стверджують, що сучасний етап історії – новий і заслуговує називатись інформаційним суспільством [1]. Попри великі можливості, які відкриває глобальний інформаційний простір, варто пам'ятати, що сучасні інформаційні технології часто використовуються для маніпуляцій свідомістю і поведінкою людини. У цілому це загрожує дегуманізацією. Відтак у сучасному інформаційному просторі велику роль набуває медіаграмотність, яка дає змогу орієнтуватись у багатоплановому інформаційному потоці, сприймати його та аналізувати. Тому важливо, щоб кожна людина мала певний рівень медіакультури, пов'язаний з навичками роботи з інформацією.

Важливу роль у формуванні медіаграмотної особистості відіграє школа. Вважаємо, що освіта XXI століття – це медіаосвіта, яка має формувати особистість та її інформаційну культуру. Різні аспекти проблеми медіаосвіти досліджують Л. Баженова, О. Бондаренко, Г. Боришполець, О. Волощенко, К. Ворноп, Т. Іванова, Р. Колінз, Д. Консідайн, Л. Мастерман, Г. Онкович та інші.

Розмірковуючи про змістове наповнення поняття медіаосвіта, варто звернутись до праць Г. Онкович. Учена слушно зазначає, що медіаосвіта – напрямок, покликаний допомогти особистості краще адаптуватися у світі медіакультури, опанувати мову засобів масової інформації, навчити аналізувати медіатексти, сприймати медіапродукт, щоб ефективно використовувати знання, котрих людина потребує. Набути їх