

## ВІД МОВИ ВОРОЖНЕЧІ ДО МОВИ ПОРОЗУМІННЯ

Зайко Л. Я.

*асистент кафедри видавничої справи, редагування, основ журналістики та філології*

*Навчально-наукового інституту філології та журналістики*

*Житомирського державного університету імені Івана Франка*

*м. Житомир, Україна*

Актуальність даної теми підтвердили виборчі процеси в Україні 2019 року - вибори Президента та народних депутатів Верховної Ради України. Передвиборчі кампанії висвітлили серйозні внутрішні суспільні проблеми (інтолерантність, агресія, ненависть та інші деструктивні явища міжособистісної та міжгрупової комунікації). Зокрема, це стосується «чорного» PR та недобросовісної реклами, журналістських матеріалів у мас-медіа, постів у соцмережах та культури міжособистісного спілкування в обговореннях. Такий стан суспільної комунікації зумовлений як зовнішніми чинниками (деструктивний вплив РФ на інформаційний простір України відбувається через віральний (патогенний) контент російських та проросійських мас-медіа в Україні, як елемент гібридної війни, через вплив «тролів»), так і внутрішніми (місцеві мас-медіа, які застосовували маніпулятивні практики).

При просуванні кандидатів у передвиборних гонках застосовувалися різноманітні засоби впливу на виборців: пропаганда, створення іміджу партії або лідера, демагогія, створення певного політичного міфу, політична реклама, ток-шоу політичної тематики, дебати кандидатів на виборчу посаду, замовні журналістські матеріали, не марковані як реклама, - прихована реклама, «білий» та «чорний» піар та ін. Активно застосовувалася мова ворожнечі у даних засобах.

Для набуття прихильності виборців, які би підтримували кандидата або кандидатів, була також використана мова ворожнечі. Мовою ворожнечі є будь-які вислови, контекст чи візуальне зображення, що призводить до створення або ж поглиблення вже існуючої ворожнечі між відмінними за певними ознаками групами суспільства [4]. Використовуючи мову ворожнечі мас-медіа, користувачі соцмереж деструктивно впливають на аудиторію та співбесідників.

Зокрема, дослідники Інституту масової інформації визначають три рівні мови ворожнечі:

- 1) жорстка: прямі заклики до насилля; заклики до дискримінації; завуальовані заклики до насилля; заклики не дати групі можливості закріпитися в регіоні;
- 2) середня: виправдовування випадків насилля та дискримінації; звинувачення певної групи у негативному впливі на суспільство чи державу; твердження про кримінальність певної територіальної чи етнічної групи; твердження про її неповноцінність;
- 3) слабка: створення негативного іміджу певної групи суспільства; твердження про моральні недоліки такої групи; протиставлення однієї групи іншій; згадування групи чи окремих її представників у принизливому чи образливому контексті; пряме або завуальоване твердження того, що одна група створює незручності в існуванні іншої [4].

В Україні під час виборчих перегонів та у період після оголошення результатів були застосовані методи третьої – слабкої – форми мови ворожнечі. Це проявлялося в заголовках та журналістських матеріалах, передвиборних агітаційних матеріалах у вигляді листівок, адресних листів, друкованих ЗМІ, контенту телебачення, інтернет-сайтів, інтернет-видань, обговорень постів у соцмережах та ін.

За визначенням І. Ващенко, "конфліктоген – це вербальні (слова, дії) і невербальні (бездіяльність, байдужість, презирство) компоненти поведінки особистості чи групи, які можуть спровокувати розвиток та ескалацію конфлікту, зумовити злість, лють, агресивність (приховану або відкриту), почуття страху, фрустрації, обурення та інші негативні емоційні стани" [2, с. 372]. Мова ворожнечі є серйозним конфліктогеном. Конфліктогенами в даному випадку виступили прямі образи: "зебіли", "кляті порохоботи" та ін. Можна провести аналогію з часів подій Майдану (2014 р.): "майдануни", "ватники", "вата", "колодари", "троль" та ін.

На думку дослідників О. Бандурки та В. Друзя, конфлікт є суттєвою протилежно спрямованих цілей, інтересів, позицій, думок суб'єктів взаємодії [1, с. 20]. Спостерігаємо міжгруповий конфлікт, "коли конфліктуючими сторонами виступають соціальні групи, які переслідують несумісні цілі та перешкоджають один одному на шляху їх здійснення" [там само, с. 21]. Проявляється такий конфлікт саме через зіткнення групових або індивідуальних інтересів, які відображають різні ціннісні орієнтації та норми членів груп.

Наразі маємо закриту форму соціального конфлікту, яка має характеристики соціальної напруженості. Такий вид конфлікту вирішується "зняттям соціальної напруженості на ранніх стадіях формування конфліктної ситуації, компроміс, перемога однієї зі сторін, виникнення в результаті конфлікту нової соціальної якості" [там само, с. 33]. Перемога однієї зі сторін у виборчих процесах поки не призвела до вирішення непорозумін між прихильниками різних кандидатів та політичних сил, що й надалі проявляється у використанні мови ворожнечі протилежними сторонами у висвітленні політичних подій країни у мас-медіа та їх обговорень аудиторією та користувачами соцмереж.

Наслідком застосування мови ворожнечі можуть стати: поглиблення існуючого конфлікту; створення нового конфлікту; кризи політичні та економічні; застій розвитку країни чи навіть її регресія; роз'єднання суспільства; порушення прав людини; загострення дискримінації [4]. Тому актуальним залишається необхідність нівелювання рівня конфліктності в суспільстві. Конфлікт перейшов у латентну (приховану) стадію.

Кандидат психологічних наук, фахівець з практичної психології І. Корнієнко зазначає, що агресивність має своє фізичне підґрунтя - її провокують певні гормони. Зокрема, норадреналін, адреналін, тестостерон відіграють роль у підсиленні агресивної поведінки. «Перші два синтезуються у наднирниках при загрозі. Норадреналін (його ще

називають гормоном люті) і адреналін приводять організм у стан бойової готовності, на їхній дії ґрунтується типова реакція на небезпеку: „бий або біжи» [3]. Темперамент людини також може бути відображений на характері людини, зокрема, «емоційним вчинкам темпераментних людей сприяє і статевий гормон тестостерон» [там само]. Психічно здорові люди здатні самостійно відновити емоційну рівновагу, що необхідно для нормальної життєдіяльності та взаєморозуміння у суспільстві.

Для недопущення негативних наслідків застосування мови ворожнечі – форми некоректного висвітлення конфлікту та людей, з ним пов'язаних, мас-медіа повинні звернути увагу на форму подачі інформації до аудиторії, форму заголовків журналістських матеріалів, спеціалістам з проведення передвиборчих кампаній звернути увагу на можливі негативні наслідки впливу на виборців через застосування неякісних методів впливу на суспільну та індивідуальну свідомість. З боку аудиторії необхідно виховувати в собі медіаграмотні навички, відмовлятися від споживання інформації з ознаками мови ворожнечі, не застосовувати її у процесі комунікації, бути коректнішими та шукати порозуміння зі своїм співрозмовником. Тобто суспільству необхідно максимально шукати об'єднуючі смисли, транслювати їх через мас-медіа, переходити до мови порозуміння та толерантності.

#### **Література:**

1. Бандурка А. М., Друзь В. А. Конфліктологія. Харків: Ун-т внутр. дел, 1997. 356 с.
2. Ващенко І. В. Конфліктологія та теорія переговорів. Київ : Знання, 2013. 407 с.
3. Голодрига Ю., Конторських І. І звідки в нас стільки злості?// Експрес: електрон, версія газ. 2019. Дата оновлення : 12.08.2019. URL: <https://expres.online/news/i-zvidki-v-nas-stilki-zlosti> (дата звернення : 13.08.2019).
4. Institute Mass Information. 1996-2019. URL : <https://imi.org.ua/advice/mova-vorojnechi-u-zmi-yakoyu-vona-buvae-ta-do-chogo-prizvodit-infografika/> (дата звернення : 11.08.2019).