

УДК 007 : 304 : 070

Кавун Г.В.¹

¹ студ. гр. СН-325, НУ «Запорізька політехніка»

ГЕЙТСПІЧ СУЧАСНИХ ЗМІ: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ

Одним із головних завдань журналістики є творення з допомогою інформації громадської думки й суспільної свідомості. ЗМІ мають подати об'єктивну картину світу й не приховувати жодних деталей. Проте останнім часом журналісти забувають про професійні стандарти і використовують

різноманітні засоби маніпулювання заради привернення уваги аудиторії. Одним із таких засобів є «гейтспіч». Особливо він простежується на сайтах провідних українських інформаційних агентств – «УНІАН» та «Укрінформ», які стали об'єктом нашого дослідження.

Термін «гейтспіч» походить від англійської і перекладається як «мова ворожнечі», «мова ненависті», «мовленнєва агресія». За визначенням науковця І. Дзялошинського «гейтспіч – це вся сукупність текстів (а також заголовків, фотографій та інших елементів) ЗМІ, які прямо чи опосередковано сприяють збудженню національної або релігійної ворожнечі чи хоча би неприязні» [1, с. 197].

Здебільшого журналісти вживають термін «гейтспіч», не вкладаючи в нього того смислу, який нестиме сам текст. Дослідниця Г. Кожевнікова виокремлює помилки, яких припускаються автори матеріалів:

1. Журналістська недбалість. Автор використовує зайві деталі, що призводять до негативного сприйняття аудиторією певної соціальної групи.

2. Некоректний заголовок чи анонс. Дуже часто журналісти, щоби привернути увагу читача, створюють яскраві сенсаційні заголовки, водночас у самому тексті може не бути ніяких сенсацій. Це свого роду реклама, завдяки якій читач обов'язково натисне на матеріал і затримається на ньому на деякий час.

3. Статистичні «спокуси». Кількісні показники надають достовірності будь-якому тексту. Однак журналіст не завжди вміє користуватися цими даними. Часто він перебільшує з цифрами, надаючи значущості й додаткового відтінку своїй публікації.

4. Синтез соціальної проблематики й етнічної риторики. Мова не йде про свідомі провокації, у яких реально наявний соціальний конфлікт переходить в «етнічну» площину, хоча насправді розглянуті питання не мають зводитися до однієї соціальної групи.

5. Заперечення громадянства за етнічним принципом. Часто журналіст називає людей іншої національності, які проживають на території певної країни, іноземцями. Водночас він не звертає увагу на наявність документа, який посвідчує тимчасову реєстрацію конкретних груп людей. Це вирази на кшталт «українець і два таджиків», «україномовні росіяни» тощо [2, 99].

Інститут масової інформації пропонує розрізняти 3 форми гейтспічу: слабку, середню та жорстку [3]. Слабку форму мовленнєвої агресії використовують із метою створення негативного образу певній групі суспільства або конкретної особи. Вона дозволяє стверджувати про моральні недоліки певної групи, згадувати окремих представників у принизливому чи образливому контексті, прямо чи завуальовано запевняти, що існування однієї групи заважає існуванню іншої. Середня форма характеризується виправдовуванням випадків насилля й дискримінації, звинуваченнями

певного соціального прошарку в негативному впливі на суспільство й державу, спробах захоплення влади, територіальні експансії. Жорсткій формі властиві прямі або завуальовані заклики до насилля, підбурювання до дискримінації (етнічної, політичної, релігійної тощо), заклики не допустити можливості закріплення представників расової чи релігійної групи в регіоні.

Для підтвердження інформації наведемо декілька прикладів. Випадки вживання слабкої форми гейтспічу:

1. «Комітет Ради припинив конкурс на крісло Шевчука в Конституційному суді» (УНІАН) – приклад створення негативного образу конкретної людини.

2. «Справа «демона»-вбивці» майстра тату на Тернопільщині отримала продовження. «... Підозрюваний має нетипову зовнішність – зафарбовані в чорний колір білки очей, загострені ікла зубів та роздвоєний язик...» (УНІАН) – приклад створення негативного іміджу конкретній людині.

3. «Фармафія повертається? Як депутати «забули» дозволити МОЗ закупати ліки через спеціалізовані міжнародні організації» (УНІАН).

Приклади вживання середньої форми «мови ворожнечі»:

1. «Агресивна сутність «російських миротворців»: «"Доктрина Герасимова" пояснює логіку практично всіх кроків нинішньої зовнішньої політики РФ» (Укрінформ) – приклад звинувачення певної соціальної групи у негативному впливі на державу і суспільство.

2. «Зварила заживо у ванній: в Росії санітарка вбила підлітка-інваліда». (Укрінформ). «...У Росії 15-річна пацієнтка будинку-інтернату для розумово відсталих дітей померла від опіків, отриманих у ванній з окропом, в яку її поклала санітарка установи...». Слово «інвалід» треба було б замінити більш толерантним терміном; «людина з інвалідністю».

3. «Парламентські комітети: чого варті усі ті "голови" з однією "шиєю"» (Укрінформ).

Отже, жорстка форма мовленнєвої агресії практично не вживається в провідних інформаційних агентствах України. Щодо слабкої та середньої форм, то вони використовуються досить часто. Це означає, що в інформаційному суспільстві створюються шляхи для уникнення «мови ворожнечі», але все ж таки деякі аспекти залишаються недоопрацьованими. Журналістам потрібно більш професійно підходити до своєї роботи: дотримуватися стандартів, не порушувати етичний кодекс, привертати увагу аудиторії не сенсаційними заголовками з маніпулятивним підтекстом, а якісними достовірними матеріалами. Тільки так можна уникнути «мовної ворожнечі» в ЗМІ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Дзялошинский И. СМИ, власть и гражданское общество в регионе. Москва: Пульс, 2002. 209 с.
2. Кожевникова Г. Язык вражды: типология ошибок журналиста // *Прикладная конфликтология для журналистов*. Москва: Аспект Пресс, 2006. С. 95–105.
3. Мова ворожнечі у ЗМІ: якою вона буває та до чого призводить (інфографіка): веб-сайт. URL: <https://imi.org.ua/advices/mova-vorojnechi-u-zmi-yakoyu-vona-buvae-ta-do-chogo-prizvodit-infografika>.