

УДК 007 : 304 : 004.9

# Візуальні засоби мови ворожнечі як інструмент інформаційної війни

**Анна Глушко**, старша викладачка кафедри журналістики  
Донецького національного університету імені Василя Стуса,  
м. Вінниця  
a.hlushko@donnu.edu.ua

У статті проаналізовано візуальні інструменти впливу на аудиторію мережесих медіа в контексті загальної проблеми застосування мови ворожнечі. Феномен мови ворожнечі є складовою комплексної проблеми, в рамках якої сьогодні тривають дискусії щодо норм і меж застосування тих чи інших інструментів як інформаційної зброї, етичних вимог щодо висвітлення проблем, пов'язаних з війною, меж військової таємниці з точки зору суспільного інтересу, демонстрації наслідків війни, коректних термінів для номінації учасників збройного протистояння тощо. Підкреслюється необхідність ретельнішого вивчення явища візуальної мови ворожнечі як ефективного засобу дегуманізації в матеріалах, присвячених темі збройного конфлікту. Досліджено використання креолізованих інтернет-мемів, фотожаб, демотиваторів та

фотографій як інструментів мови ворожнечі. Проаналізовано функціонування зображальних засобів відповідно до трьох рівнів мови ворожнечі.

**Ключові слова:** мова ворожнечі, інформаційна війна, дегуманізація, збройний конфлікт, візуальні інструменти.

**Актуальність дослідження.** Актуальним явищем у сучасних українських медіа, що наразі активно досліджується журналістикознавцями, є так звана мова ворожнечі. Цей термін викликає особливе зацікавлення з боку науковців та практиків в контексті військового конфлікту на Сході України та специфіки його висвітлення в медіа. Феномен мови ворожнечі є складовою комплексної проблеми, у рамках якої сьогодні тривають дискусії щодо норм і меж застосування тих чи інших інструментів як інформаційної зброї, етичних вимог щодо висвітлення проблем, пов'язаних з війною, меж військової таємниці з точки зору суспільного інтересу, демонстрації наслідків війни, коректних термінів для номінації учасників збройного протистояння тощо. Певна термінологічна невизначеність стосується і самого поняття мови ворожнечі, натомість одним із найвідоміших є визначення, що міститься в Рекомендаціях Комітету міністрів Ради Європи № 97(20): мова ворожнечі, мова ненависті (*hate speech*) – усі форми вираження, котрі поширюють, розпалюють, підтримують або виправдовують расову ненависть, ксенофобію, антисемітизм чи інші форми ненависті, що базуються на не-

терпимості, зокрема: нетерпимості, що виявляється у формі агресивного націоналізму та етноцентризму, дискримінації і ворожого ставлення до меншин, іммігрантів та осіб іноземного походження [8].

Слід зазначити, що специфічний медійний дискурс, сформований подіями, що розгорнулися на теренах України у 2014 році, розширив межі поняття мови ворожнечі у двох аспектах. Першочергово даний термін пов'язують з проблемою міжнаціональних відносин та відповідно з проблемами ксенофобії і нетерпимості в матеріалах, що висвітлюють етнічні аспекти: «Від того як, толерантно чи конфліктно, підносяться засобами масової інформації етнічно забарвлені матеріали, часто залежать не лише погляди та уявлення людей, але і самі міжетнічні відносини, міжетнічний спокій та мир» [1, 36]. Дослідниця Т. Ісакова уточнює, що об'єктом для ненависті, агресії і дискримінації зазвичай обирається особа або група осіб, що підходить під визначення «інший»: раси, етнічної приналежності, релігії, партії, орієнтації, меншини тощо. Тобто мішенями мови ворожнечі можуть бути не тільки люди, які належать до інших етносів і рас, а й багато інших соціальних груп: інваліди, люди похилого віку, представники ЛБТ-спільноти тощо [5]. Дослідники Інституту масової інформації зазначають, що в межах українського конфлікту це також можуть бути групи, відмінні за територіальним походженням, політичними та соціальними поглядами [6]. Тобто інформаційне протистояння, як наслідок російської агресії на Сході

України, стало причиною використання інструментів мови ворожнечі щодо вимушено переміщених осіб (ВПО), мешканців тимчасово окупованих територій, а також учасників збройного конфлікту (як представників ЗСУ, так і членів ворожих збройних формувань).

З іншого боку, поняття мови ворожнечі переважно тлумачать саме з вербальної точки зору, тоді як такий аспект як візуальна мова ворожнечі, на нашу думку, залишається практично поза увагою науковців. Так, дослідниця О. Горбачова зазначає, що поняття «мова ворожнечі» вживають для «позначення будь-якої публічної **«мовної»** дії, прямо чи опосередковано заснованої на ксенофобії, яка, у свою чергу, видозмінює, спотворює соціальні відносини, слугує причиною агресії, насилля, ворожнечі та конфліктів за принципом національного, релігійного, соціального чи іншого розрізнення (...)» [1, 36]. А. Денисова «мову ворожнечі» трактує як **«лінгвістичні»** засоби вираження різко негативного ставлення до будь-яких явищ суспільного життя (культурних, національних, релігійних тощо), а також до людей, що є носіями інших, протилежних автору, духовних цінностей» [2].

Цей аспект детально досліджується вітчизняними науковцями: мову ворожнечі як явище у засобах масової інформації досліджують Д. Дуцик, О. Горбачова, Г. Черненко, Т. Ісакова, В. Савончак. Використанню мовних засобів в умовах конфліктів також присвячені дослідження Н. Шумарової, А. Бойко, М. Буткевич та інших. Технології та методи інформаційної війни

досліджуються у статтях Г. Почепцова, О. Тараненко, Ю. Горбаня, Л. Макаренка, Н. Єляшевської. Водночас роль ілюстративних засобів щодо висвітлення конфлікту часто обмежується проблемою фотофейків або інших візуальних маніпуляцій.

Доречне уточнення до загального визначення мови ворожнечі дає у колективній монографії «Енциклопедія прав людини: соціально-педагогічний аспект» дослідниця О. Черних: «Словосполучення «всі форми вираження» має на увазі не тільки мову, але й **зображення**, відео або будь-яку іншу форму діяльності» [8, 179]. Дослідники Інституту масової інформації також зазначають, що мова ворожнечі — це будь-які вислови, контекст чи **візуальне зображення**, що призводить до створення або ж поглиблення вже існуючої ворожнечі між відмінними за певними ознаками групами суспільства [6]. На нашу думку, цей аспект є недостатньо дослідженим попри те, що зображальні елементи активно застосовуються в сучасних медіа як інструмент впливу на свідомість та емоції аудиторії. Саме тому **метою** цього дослідження є визначення основних інструментів візуальної мови ворожнечі та специфіки їхнього застосування в матеріалах, що висвітлюють збройний конфлікт.

У рамках дослідження було проаналізовано ілюстративний матеріал публікацій, присвячених темі російсько-українського збройного конфлікту, опублікованих протягом 2014-2017 року на інформаційних ресурсах «Цензор.НЕТ» ([sensor.net.ua](http://sensor.net.ua)), «Обозрева-

тель» (obozrevatel.com), «Сьогодні» (www.segodnya.ua), «Кореспондент» (korrespondent.net), «Острів» (www.ostro.org), «Новости Донбасса» (novosti.dn.ua), «Пресса Украины» (uapress.info), «Аргумент» (argumentua.com), «Апостроф» (apostrophe.ua), «Вголос» (vgolos.com.ua) uainfo.org, donbass.ua, ,from-ua.com, www.facenews.ua «ТСН» (ru.tsn.ua), а також новинних сайтів, що висвітлюють цю тематику з позиції так званих «ДНР/ЛНР» (voicesevas.ru, rusvesna.su, dnr-pravda.ru, news-front.info тощо).

Г. Почепцов стверджує, що сьогодні світ вступив у період постправди, але не період постемоцій. Емоції добре продаються, емоції добре запам'ятовуються, емоційні слова впливають сильніше будь-яких раціональних. Емоції є найкоротшим шляхом до мозку людини, тому що не вимагають довгих розмірковувань [7]. Емоції ж, подані через візуальний образ, а не текст, засвоюються аудиторією швидше та ефективніше, адже зображальна мова є універсальним набором символів, що миттєво зчитується аудиторією, не потребує декодування та легко засвоюється на рівні підсвідомості.

Так, дослідниця Т. Ісакова зазначає, що краще і яскравіше більшість людей запам'ятовують саме погані події і негативні асоціації, у разі можливої майбутньої небезпеки, перестраховуючись, перебільшуючи подію. Мова перетворюється на засіб агресивного захисту, а її норми стають етичними, формують масове несвідоме і пасивну свідомість, нездатну на відсторонене критичне судження. Саме мова ворожнечі призводить до функ-

ціонування мови насильства – дій [5]. На нашу думку, меседжі, закодовані у візуальних образах, що містять негативний образ, зневажливу оцінку або насмішку, або ж символ насильницької дії, здатні стимулювати споживача до швидшої агресивної реакції.

Візуалізація матеріалів, що висвітлюють збройний конфлікт є складним питанням, що зачіпає проблеми етики, права, безпеки, і, водночас, арсенал якого постійно розширюється і трансформується. Для ілюстрування теми конфлікту українські мережеві медіа і проросійські інформаційні ресурси використовують фотографії, інфографіку, цифрові плакати, картограми, малюнки, карикатури, фотоколажі, демотиватори тощо. Водночас перераховані зображальні інструменти можуть застосовуватися як винятково з метою ілюстрування, виконувати інформаційну або розважальну функцію, так і слугувати засобом аргументації, впливу на свідомість та емоції споживачів. На нашу думку візуальна мова ворожнечі в мережевих текстах потенційно може бути реалізована за рахунок таких інструментів: інтернет-меми, демотиватори і фотожаби, як зображальний контент, який є продуктом інтернет-творчості та соціальних мереж та водночас активно застосовується журналістами як ілюстративний матеріал; карикатури та нефотографічні ілюстрації, що є продуктом творчості художників та дизайнерів; фотографії, у якості допоміжного ілюстративного матеріалу до публікацій, й у формі самостійного медійного контенту.

Дослідники Інституту масової інформації виокремлюють три рівні прояву мови ворожнечі:

- жорстка (прямі заклики до насилля, заклики до дискримінації, завуальовані заклики до насилля, заклики не дати групі закріпитися в регіоні);

- середня (виправдування випадків насилля і дискримінації, звинувачення певної групи у негативному впливі на суспільство чи державу, твердження про кримінальність певної територіальної чи етнічної групи, ствердження про її неповноцінність);

- м'яка (створення негативного іміджу певної групи суспільства, ствердження про моральні недоліки такої групи, протиставлення однієї групи іншій, згадування групи чи окремих її представників у принизливому чи образливому контексті, пряме або завуальоване ствердження того, що одна група створює незручності в існуванні іншої) [6].

Ми спробуємо проаналізувати особливості застосування перерахованих візуальних елементів мережових медіатекстів відповідно до поданих рівнів мови ворожнечі.

Одним із найпоширеніших проявів мови ворожнечі в українському інформаційному просторі, на думку Т. Ісакової, яка натомість посилається на дослідження С. Жаботинської, став мем – колективне несвідоме в момент набуття словесної чи іншої знакової форми. В основі будь-якого успішного мема лежить висвітлення ділянки «суспільного несвідомого» – теми, що з певної причини придушувалася. На



думку вчених, мем стає ефективним способом одночасно пробити захисний бар'єр у свідомості великої кількості людей, чого не здатна зробити інформація, викладена прямо, по суті справи. Справжній зміст мема закамуюфльований, щоб відвернути на певний час критичне консервативне і раціональне мислення і проникнути у підсвідомість людини за допомогою непрямих, опосередкованих асоціацій [5, 4]. Саме тому основним доказом успішності інтернет-мемів стає емоційна реакція аудиторії, а також їхня здатність поширюватися, тиражуватися у свідомості людей, змінюючи їхній світогляд та набуваючи при цьому своєрідного «вірусного» характеру. Крім того, образливі інтернет-меми виконують певну символічну функцію і діють на колективну підсвідомість, тобто безпосередньо впливають на вчинки. На думку психологів, «колоради» та «укропи» є класичним прикладом дегуманізації противника, тобто коли ворога словесно знецінюють до рівня комахи, рослини чи неживої істоти [5].

Дослідниця О. Дзюбіна виокремлює два основних види інтернет-мемів: креолізовані меми (зображення + текст) і власне текстові меми. Дослідниця зазначає, що саме креолізовані інтернет-меми в деяких випадках і є платформою для створення впізнаваної фрази, яка стає згодом текстовим інтернет-мемом і легко цитується в співтоваристві соціальної мережі з нульовим ступенем креолізації [3]. На думку вченої, інтернет-меми не лише дають можливість для змістотворчості, але

й дозволяють представляти інформацію в максимально згорнутому вигляді, часто не користуючись навіть вербальними засобами.

Починаючи з 2014 року інтернет-користувачі та мережеві медіа створили низку відомих та впізнаваних українською аудиторією мемів, серед яких - «ватник», «колорад», «укроп», «кримнаш», «бандерівці», «майдауни» і багато інших. Ці меми існують як у текстовому, так і у креолізованому форматі, однак навіть при автоматичному врахуванні наявності негативної конотації винятково на вербальному рівні, саме візуалізований варіант демонструє більший дегуманізуючий ефект та може містити очевидніші заклики до агресивної дії.

Так, одним із найпопулярніших в інтернет-просторі є мем «ватник» (рис. 1), який був створений Антоном Чадським ще у 2011 році і став вірусним з початком військової агресії Росії проти України у 2014 році. Сьогодні цей персонаж у різноманітних варіаціях активно



Рис. 1 Мем «ватник»

застосовується інтернет-користувачами в соціальних мережах та на форумах, а також у коментарях під публікаціями інтернет-ресурсів як своєрідне зображення-аргументу, використовується як ілюстративний матеріал у блогосфері та інформаційних ресурсах ([argumentua.com](http://argumentua.com), [sensor.net.ua](http://sensor.net.ua), [uainfo.org](http://uainfo.org), [donbass.ua](http://donbass.ua), [apostrophe.ua](http://apostrophe.ua), [from-ua.com](http://from-ua.com),

ua). Цей інтернет-мем є яскравим прикладом дегуманізації супротивника шляхом наділення його ознаками предмету (типового елементу одягу в російській культурі), що символізує примітивність, невисокі моральні якості, нездатність до аналітичного мислення та схильність до категоричності й безпідставної агресії. Відповідно до запропонованої класифікації використання подібного мема можна уналежити до м'якої або середньої форми мови ворожнечі.

Однак іноді відомі інтернет-меми можуть ставати частиною ілюстрації, змістом якої стає демонстрація певної агресивної дії, спрямованої проти «опонента». Так, наприклад, на сайті «Пресса Украины» у травні 2014 року було опубліковано новину «Донецкие «колорады» решили рекетнуть Нацбанк в Донецкой области» ([uapress.info](http://uapress.info), 15.05.2014) у супроводі малюнку, що не лише ілюструє згадану подію, а є натяком на те, що необхідно вчинити зі згаданими «колорадами» (рис. 2). У даному випадку, враховуючи також і наявність експресивної та оцінної лексики в тексті новини, можемо говорити про жорстку форму мови ворожнечі, сутністю якої є завуальований заклик до насилля або розправи.

Фотожаби, як різновид фотомонтажу у формі графічної карикатури, та демотиватори також є тими зображальними інструментами, які активно створюються та використовуються не лише користувачами соціальних мереж, але й інтернет-ресурсами під час висвітлення теми збройного конфлікту. Так, сайти



Рис. 2 Малюнок на сайті «Пресса України»

«ТСН», «Цензор.НЕТ», «Обозреватель», «Сегодня», «Кореспондент» регулярно публікують підбірки фотожаб та демотиваторів у прив'язці до подій, пов'язаних зі збройним конфліктом на Сході України, його учасниками або ж проблемами російсько-українських відносин. Зазвичай такі підбірки містять зображення яскраво вираженого дегуманізаційного характеру: представники російського політикуму, владних структур так званих «ДНР/ЛНР», бойовики, прихильники «русского мира» зображуються у вигляді орків, зомбі, тварин або комах, представників ЛГБТ-руху (такий натяк на «збочення» по суті є подвійним про-

явом мови ворожнечі), людей, що знаходяться в стані алкогольного, наркотичного сп'яніння або ж психологічного розладу (що зазвичай реалізується шляхом добору та часткової обробки невдалих портретних знімків). Під час аналізу відібраних публікацій закликів до насилля як змісту таких зображень знайдено не було, отже, можемо припустити, що використання демотиваторів та фотожаб як інструментів мови ворожнечі так само реалізується переважно на м'якому та середньому рівні, основною метою яких є формування негативного образу.

Застосування інтернет-мемів, фотожаб, демотиваторів як інструментів психологічного впливу та досягнення дегуманізуючого ефекту має зазвичай свідомий характер, тоді як використання фотографічного контенту може мати як заплановані попередньо автором, так і цілком несподівані ефекти. Тенденційний підхід спостерігається в медіа при доборі зображального матеріалу на позначення ворожої сторони.

Ознаки мови ворожнечі можуть проявлятися у використанні зображень суто ілюстративного характеру. Так, на сайті «Вголос» був опублікований матеріал під заголовком «Російськомовна Україна – розсадник криміналітету, алкоголізму та СНІДу (ГРАФІКА)» (vgholos.com.ua, 03.05.2017) у супроводі фотографії двох чоловіків, що розпивають, імовірно за все, самогон (рис. 3). Типова архітектура російського села на задньому плані, одяг героїв знімку, видання «Російська газета» яким вкрито саморобний стіл, підказують ау-



Рис. 3 Фотографія на сайті «Вголос»

диторії, що зображені саме росіяни. Зміст фотографії заохочує аудиторію до зверхнього, зневажливого ставлення до представників зазначеної національності і за аналогією (відповідно до змісту матеріалу та основних аргументів, викладених у ньому) – до російськомовного населення України. У контексті суспільно-політичної ситуації і фотографія, і матеріал у цілому можуть загострити конфлікт між російськомовним і україномовним населенням, а також між ВПО та жителями неокупованих територій. У цьому випадку можемо говорити про м'яку форму візуальної мови ворожнечі, яка проявляється у формуванні негативного іміджу та формуванні думки про те, що згадана група може створити незручності в існуванні іншої.



Використання документальних фото шокуючого емоційного характеру також може набувати ознак візуальної мови ворожнечі. Як приклад можна навести матеріали «Спецназ РФ фотографується на фоні искалечених тел українських воїнів и топчється по українському флагу. ФОТОрепортаж» ([sensor.net.ua](http://sensor.net.ua), 08.09.2014) та «Російські окупанти на Донбасі катують полонених захисників України» ([antikor.com.ua](http://antikor.com.ua), 13.09.2014). Тексти в обох випадках супроводжуються серією знімків шокуючого характеру, що містять неприховане зображення тіл загиблих, понівечених кінцівок, крові. У даному випадку виникає питання, чи доречно говорити, що фотодокази злочинів ворога є проявом мови ворожнечі, адже ми розуміємо мову ворожнечі як неприпустиме явище, яке необхідно уникати. Однак цей приклад засвідчує зловживання емоційним впливом даних фотографій, порушення етичних меж у зображенні смерті та насилля, отже, можемо припустити, що такий зображальний контент застосований не стільки для документальності, скільки для демонстрації аморальності протилежної сторони, її антигуманної природи. Тобто в певному сенсі ми спостерігаємо використання мови ворожнечі як захисного інструменту в умовах інформаційної війни. Дзеркальний прийом спостерігаємо і в проросійських інформаційних ресурсах, які вдаються до надмірного використання шокуючих знімків зі сценами насилля для дегуманізації противника та закріплення образу ворога, здатного на злочини проти людяності, схиль-

ного до надмірної жорстокості. Прикладом такого підходу є матеріал «Правосеки выступают с осуждением палача, отрезавшего пальцы пленному», опублікований на сайті «Голос Севастополя» у супроводі фотографій шокуючого характеру з наслідками катувань ([voicesevas.ru](http://voicesevas.ru), 27.05.2015). Текст матеріалу також насичений експресивною лексикою та елементами мови ворожнечі («палачи», «нацисты», «украинствующие нелюди» тощо), що в комплексі посилює ефект дегуманізації в матеріалі.

Інтернет-медіа з обох боків також схильні до багаторазового використання своєрідних фотографій-штампів візуального інструменту дегуманізації ворога (у поєднанні з вербальними засобами мови ворожнечі). Поширеним серед російських медіа та інформаційних ресурсів так званих «ДНР/ЛНР» є використання зображення українського військового в балаклаві з зображенням черепу (рис. 4). Так, наприклад, протягом 2017 року у супроводі даного знімку були опубліковані матеріали під заголовками «Только война в Донбассе позволяет киевскому режиму удержаться на плаву, — Дейнего» ([rusvesna.su](http://rusvesna.su), 23.06.2017), «Командиры «АТО» наживаются на обстрелах – Басурин» ([dnr-pravda.ru](http://dnr-pravda.ru), 28.05.2017), «Сержант ВСУ вспорол живот подчиненному, отказавшемуся дать ему денег» ([nrt24.ru](http://nrt24.ru), 24.12.2017), «Украинский "эксперт" хочет крови: ВСУ нашли "ахиллесову пятау" для прорыва в Донбасс» ([nahnews.org](http://nahnews.org), 19.05.2017), «В Минобороны Украины подтвердили пьяный беспредел ВСУ на Дон-





Рис.4 Зображення українського військового у деяких російських медіа та інформаційних ресурсах так званих «ДНР/ЛНР»

басе» ([news-front.info](http://news-front.info), 22.07.2017), «ВСУ: п'янство, пытки, насилие и «гражданские казни» ([kolokolrussia.ru](http://kolokolrussia.ru), 17.05.2017) та інші. Враховуючи контекст повідомлень, дане зображення ефективно доповнює картину світу аудиторії даних медіа і, відповідно до другого, середнього рівня функціонування мови ворожнечі, закріплює у свідомості дегуманізований образ ворога, позбавленого людських рис.

Отже, візуальна мова ворожнечі полягає у використанні (навмисному або ж несвідомому) зображальних засобів (документальних знімків шокуючого або емоційного характеру, оброблених фотознімків, фото-

колажів (фотожаб), демотиваторів, інтернет-мемів, нефотografічних ілюстрацій, створених як від руки, так і за допомогою комп'ютерних засобів) з метою розпалювання ненависті або ж заохочення до агресивних дій щодо представників «ворожої» групи або спільноти. Перераховані зображальні елементи часто застосовуються як ілюстративний матеріал в текстах, присвячених темі конфлікту, містять ознаки іронії та експресії, однак далеко не завжди при цьому набувають ознак візуальної мови ворожнечі. Ті ж інструменти, які, на нашу думку, містять ознаки мови ненависті, зазвичай реалізуються у середній та м'якій формі, тобто містять твердження про кримінальність групи, твердження про її неповноцінність та моральні недоліки, згадування групи або її представників у принизливому чи образливому контексті, натяки на те, що така група може створювати незручності в існуванні іншої. Заклики (прямі або завуальовані) до насилля, агресивних дій, дискримінації, утисків (характерні для жорсткої форми мови ворожнечі) у проаналізованому зображальному контенті практично відсутні. Однак враховуючи той аспект, що подібні візуальні інструменти зазвичай подаються аудиторії у поєднанні з текстами, в яких також наявні прояви мови ворожнечі, а також зважаючи на силу впливу зображення на свідомість аудиторії, ефект впливу може бути набагато сильнішим. Систематичний вплив популярних інтернет-мемів, фотожаб, демотиваторів, а також фотографій емоційного або шокуючого змісту, застосовуваних з метою дегу-

манізації, здатний закріплювати у свідомості аудиторії негативний образ ворога і створювати фундамент для задіяння агресивніших інструментів впливу, саме тому проблема візуальної мови ворожнечі потребує подальшого вивчення та вироблення чітких регулятивних інструментів.

### Література:

1. Горбачова О. В. Мова ворожнечі : ксенофобія чи безладність [Електронний ресурс] / О. В. Горбачова // Правий екстремізм і толерантність : з досвіду України та Німеччини. – Київ : Заповіт, 2008. – С. 36-43. – Режим доступу : <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/06708.pdf>.
2. Денисова А. В. Язык вражды : некоторые особенности судебных лингвистических экспертиз [Электронный ресурс] / А. В. Денисова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – №7. – 2008. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/ya-zyk-vrazhdy-nekotorye-osobennosti-sudebnyh-lingvisticheskikh-ekspertiz.pdf>.
3. Дзюбіна О. І. Класифікація, структура та функціонування інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook [Електронний ресурс] / О. І. Дзюбіна // Молодий вчений. – 2016. – № 2. – С. 375-379. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2016\\_2\\_92](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_2_92).
4. Жаботинская С. А. Язык как оружие в войне мировоззрений [Электронный ресурс] / С. А. Жаботинская. – Режим доступа : [http://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk\\_kak\\_oruzhie.pdf](http://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk_kak_oruzhie.pdf).
5. Ісакова Т. О. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору [Електронний ресурс] / Т. О. Ісакова // Стратегічні пріоритети. Серія : Політика. – 2016. – № 4. – С. 90-97. – Режим доступу : <http://ippi.org.ua/sites/default/files/isakova.pdf>.

6. Мова ворожнечі у ЗМІ : якою вона буває та до чого призводить (інфографіка) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://imi.org.ua/advices/mova-vorojnechi-u-zmi-ya-koju-vona-buvae-ta-do-chogo-prizvodit-infografika/>
7. Почепцов Г. Інформація против емоцій: хто перемагає / Г. Почепцов // MediaSapiens [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/informatsiya\\_protiv\\_emotsiy\\_kto\\_pobezhdaet/](http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/informatsiya_protiv_emotsiy_kto_pobezhdaet/).
8. Черних О. О. Мова ворожнечі, мова ненависті, hate speech. / О. О. Черних // Енциклопедія прав людини : соціально-педагогічний аспект : [колективна монографія]. – кол. авт., за заг. ред. проф. Н. А. Сейко ; відп.ред. Н. П. Павлик. – Житомир : Видавництво «Волинь» – 2014. – С. 178-179.

### **Визуальные средства языка вражды как инструмент информационной войны**

*Глушко Анна Владимировна,*

*старший преподаватель кафедры журналистики,*

*Донецкого национального университета имени Василя Стуса,*

*г. Винница*

*a.hlushko@donnu.edu.ua*

В статье проанализированы визуальные инструменты воздействия на аудиторию сетевых медиа в контексте общей проблемы применения языка вражды. Феномен языка вражды является составляющей комплексной проблемы, в рамках которой сегодня продолжаются дискуссии о нормах и границах применения тех или иных инструментов как информационного оружия, этических тренировок об освещении проблем, связанных с войной, границ военной тайны с точки зрения общественного интереса, демонстрации следствий войны, корректных терминов для номинации участников вооруженного противостояния и т.д. Подчеркивается необходимость тщательного изучения явления

визуального языка вражды как эффективного средства дегуманизации в материалах, посвященных теме конфликта. Исследовано использование креолизованных интернет-мемов, фотожаб, демотиваторов и фотографий как инструментов языка вражды. Проанализировано функционирование изобразительных средств в соответствии с тремя уровнями языка вражды.

**Ключевые слова:** язык вражды, информационная война, дегуманизация, вооруженный конфликт, визуальные инструменты.

UDC 007 : 304 : 004.9

### **Visual Elements of Hate Speech as the Instrument of Information War**

Anna Hlushko

senior lecturer, Journalism Chair, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia

a.hlushko@donnu.edu.ua

The studying of hate speech functioning became relevant in the context of media coverage of an armed conflict in eastern Ukraine. This problem is usually studied from a linguistic point of view, that is, how the hate speech is realized on the verbal level. Only a few scholars emphasize the aspect that images (both photographic and non-photographic), that are used for media texts illustrating, also can be used as a hate speech instrument. The author of the article is convinced that visual elements are not only functioning as a tool, but also can effectively influence the audience and realize the function of dehumanization without the help of verbal components. The purpose of this study is to identify the main tools of the visual hate speech and the specifics of their use in media texts covering armed conflict.

Thus, we can talk about the phenomenon of the visual hate speech, which can be realized with the help of creolized internet memes, ironic photoshopped images (the slang word “fotozhaby” is used to denote this concept in Ukrainian), demotivators, carica-

tures, photos of illustrative and documentary nature. Researchers distinguish three main levels of hate speech: mild, medium and hard, each of which is characterized by the level of negative influence, discrimination, dehumanization of the depicted object. In the research the illustrative material in the texts published in 2014-2017 on the leading Ukrainian news sites and Russian (pro-Russian) information resources are analyzed. The analysis shows that the illustrative material as a hate speech tool is most often implemented at the mild and medium level, while calls for violence, discrimination and aggression (a hard form of hate speech) are less common in visual content.

**Keywords:** hate speech, information warfare, dehumanization, armed conflict, visual instruments

## References

1. Ghorbachova, O. V. (2008). *Mova vorozhnechi: ksenofobija chy bezladnistj* [Hate speech: xenophobia or disorderliness]. *Pravyj ekstremizm i tolerantnistj: z dosvidu Ukrajiny ta Nimechchyny* [Right-wing extremism and tolerance: from Ukrainian and German experience]. Kyiv: Zapovit, p.36-43, available at: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/06708.pdf> [in Ukrainian].
2. Denisova, A. V. (2008). *Jazyk vrazhdy: nekotorye osobennosti sudebnyh lingvisticheskikh jekspertiz* [Hate speech: some features of judicial linguistic expertises]. *Izvestija Rossijskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A. I. Gercena*, 7. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-vrazhdy-nekotorye-osobennosti-sudebnyh-lingvisticheskikh-ekspertiz.pdf> [in Russian].
3. Dzubina, O. I. (2016). *Klasyfikacija, struktura ta funkcionuvannja internet-memiv v socialjnykh merezhakh Twitter ta Facebook* [The classification, structure and functioning of internet memes on Twitter and Facebook social networking sites]. *Molodyj vchenyj*, 2, 375-379. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv\\_2016\\_2\\_92](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_2_92) [In Ukrainian].

4. Zhabotinskaja, S.A. (2014). Jazyk kak oruzhie v vojne mirovozzrenij [Language as a weapon in the war of worldviews]. Retrieved from: [http://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk\\_kak\\_oruzhie.pdf](http://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk_kak_oruzhie.pdf) [in Russian].
5. Isakova, T. O. (2016). Mova vorozhnechi jak problema ukrajinsjkogho informacijnogho prostoru [Hate speech as the problem of Ukrainian information space]. *Strategichni priorytety. Serija : Polityka*, 4(41), 90-97. Retrieved from: <http://ippi.org.ua/sites/default/files/isakova.pdf> [in Ukrainian].
6. Mova vorozhnechi u ZMI: jakuju vona buvaje ta do chogho pryzvodytj (infoghrafika) [The hate speech in media: what is it and what it leads to (infographics)]. (2016, November 11). Retrieved from: <http://imi.org.ua/advices/mova-vorojnechi-u-zmi-ya-koyu-vona-buvae-ta-do-chogo-prizvodit-infografika> [in Ukrainian].
7. Pohepcov, G. (2017). Informacija protiv jemocij: kto pobezhdaet [Information against emotions: who wins]. Retrieved from: [http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/informatsiya\\_protiv\\_emotsiy\\_kto\\_pobezhdaet/](http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/informatsiya_protiv_emotsiy_kto_pobezhdaet/) [in Russian].
8. Chernykh, O. O. (2014). Mova vorozhnechi, mova nenavysti, hate speech [Language of hostility, hate speech]. In N. A. Sejko, & N. P. Pavlyk (Eds.) *Encyklopedija prav ljudyny: socialjno-pedagoghichnyj aspekt: kolektyvna monoghrafija* [Éncyclopedia of human rights: social and pedagogical aspect: collective monograph] (pp. 178-179). Zhytomyr: Vydavnyctvo «Volynj», [in Ukrainian].