

2026. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/zhertvy-abo-krasuni-yak-ukrayinski-onlajn-media-vysvitlyuyut-zhinok-na-pyatomu-rotsi-vijny-doslidzhennya-imi> (дата звернення: 10.04.2026).

3. Global Gender Gap Report 2025. URL: https://reports.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2025.pdf (дата звернення: 09.04.2026).

УДК 070 (477.65)

*Царік А. О., здобувачка вищої освіти;
Ступка Я. О., здобувачка вищої освіти;
Чорнодон М. І., доцентка
кафедри журналістики та соціальних комунікацій
Донецького національного університету імені Василя Стуса*

МОВА ВОРОЖНЕЧІ ЗА ОЗНАКОЮ СТАТІ: ЯК МЕДІА НЕ ДОПУСТИТИ РОЗБРАТУ

***Анотація.** У дослідженні розглянуто явище мови ворожнечі за статевою ознакою в медіапросторі, а також основні її прояви: сексизм, стереотипізацію та об'єктивацію. Встановлено, що цей тип дискримінаційної комунікації є одним із найпоширеніших, причому здебільшого він спрямований проти жінок. Результати аналізу свідчать, що значна частина матеріалів з елементами мови ворожнечі в українських медіа має гендерне підґрунтя, що сприяє укоріненню стереотипів і загостренню соціальних конфліктів. Також у роботі наведено рекомендації Національної ради з питань телебачення та радіомовлення України та Комісії з журналістської етики, спрямовані на запобігання дискримінації у медіа. Зазначено, що в умовах воєнного стану мова ворожнечі може стати додатковим фактором соціальної напруги та інструментом маніпуляції. Наголошено на важливій ролі медіа у вихованні культури поваги через дотримання етичних стандартів, використання гендерно чутливої мови та відповідальну модерацію контенту.*

***Ключові слова:** мова ворожнечі, гендер, медіа, дискримінація, журналістська етика, гендерні стереотипи, медіаграмотність, інформаційний простір.*

Вступ. У сучасному медіапросторі питання мови ворожнечі за ознакою статі набуває особливої актуальності, оскільки воно безпосередньо впливає на формування суспільних уявлень. Попри наявність етичних стандартів журналістики, дискримінаційні висловлювання, стереотипи та об'єктивація досі трапляються у медіаматеріалах. Особливо це помітно в коментарях, де межі відповідальності за слово часто розмиваються. В умовах війни такі прояви можуть посилювати суспільне напруження та використовуватися як інструмент інформаційного впливу. Тому важливо розглядати роль медіа як не лише інформування, а й запобігання розбрату через дотримання етичних і гендерно чутливих підходів.

Основна частина. Сексистська мова ворожнечі часто маскується під жарти, стереотипи чи емоційні оцінки й поширена в медіа та соцмережах, зокрема в коментарях до новин. Причиною цього явища є наявність гендерної нерівності та закріплених у суспільстві стереотипів щодо ролей жінок і чоловіків. Жінок часто зображують через призму зовнішності, емоційності або сімейної ролі, тоді як їхні професійні досягнення залишаються на другому плані. Подібні практики не завжди є прямою мовою ворожнечі, однак вони створюють сприятливий ґрунт для її виникнення.

Окремою проблемою є об'єктивація жінок, коли їхню роль редукують до фізичних або репродуктивних функцій, а також поширеність сексуалізованих коментарів і погроз, особливо щодо публічних осіб. Водночас у медіатекстах нерідко спостерігається акцентування на зовнішності чи одязі, що підмінює суспільно значущу інформацію оціночними судженнями; водночас подібні практики значно частіше застосовуються до жінок, ніж до чоловіків. У таких випадках важливо використовувати принцип «дзеркальності»: поставити собі питання, чи писали б ми так само, якби це був чоловік. Якщо відповідь «так», тоді, ймовірно, зауваження є нейтральним. Якщо «ні» – це може свідчити про упередженість або сексизм.

Також корисно ставити додаткові питання: чому ми про це пишемо, чи є це важливим для розуміння події і чи впливає це на загальний зміст. Це допомагає уникати суб'єктивності та робити матеріал більш об'єктивним. Медіа й редакційні стандарти мають дотримуватися принципів недискримінації, уникати стереотипів, забезпечувати баланс джерел і коректно реагувати на мову ворожнечі, тому що це сприяє формуванню більш толерантного й відповідального інформаційного простору.

Як зазначає Ольга Білоусенко у вебінарі КЖЕ «Мова ворожнечі за ознакою статі: як медіа не допустити розбрату», мова ворожнечі за ознакою статі є одним із найпоширеніших її різновидів [1]. Це пояснюється глобальною гендерною нерівністю та закріпленими у суспільстві стереотипами, які впливають на репрезентацію жінок і чоловіків у публічному просторі. Дослідниця також підкреслює, що така форма дискримінації часто маскується під жарти, оцінки зовнішності або нібито нейтральні коментарі, однак фактично сприяє формуванню упереджень і соціальної нерівності.

Висновки. Сексистська мова в медіа часто маскується під нейтральні оцінки або жарти, але насправді відтворює стереотипи та нерівність. Щоб уникати упередженості, важливо враховувати контекст, ставити перевіірочні питання і застосовувати принцип «дзеркальності», який допомагає визначити, чи є висловлювання справедливим і об'єктивним. Та оцінювати чи додало воно вартості в новину яку ми висвітлюємо.

Список використаних джерел

1. Вебінар «Мова ненависті під час війни: як медіа уникнути стигматизації ВПО та ветеранів». *Комісія з журналістської етики*. 13.11.2025. URL: <https://youtu.be/0tjijfkA9nw?si=enNfmray2S1rBwiI>
2. Остапа С. Нацрада презентувала «Рекомендації для медіа щодо запобігання мові ненависті та дискримінації». *Detector Media*. 04.03.2026. URL: <https://detector>.

media/infospace/article/248090/2026-03-04-natsrada-prezentovala-rekomendatsii-dlya-media-shchodo-zapobigannya-movi-nenavysti-ta-dyskryminatsii/

3. Як медіа не допустити поширення мови ворожнечі за ознакою статі: рекомендації Ольги Білоусенко. *Комісія з журналістської етики*. 25.11.2025. URL: <https://cje.org.ua/statements/yak-media-ne-dopustyty-poshyrennia-movy-vorozhnechi-za-oznakoju-stati-rekomendatsii-mediadoslidnytsi-olhy-bilousenko/>

УДК 070(477+100)

*Тарнавська М. Р., здобувачка вищої освіти;
Чорнодон М. І., доцентка
кафедри журналістики та соціальних комунікацій
Донецького національного університету імені Василя Стуса*

АКЦЕНТ НА СТАТУСІ ВПО У НОВИНАХ ЯК ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ УПЕРЕДЖЕНОГО СТАВЛЕННЯ

***Анотація.** У дослідженні розглянуто проблему того, як у новинах часто без потреби використовують статус внутрішньо переміщених осіб. На прикладах українських медіа показано, що слово «переселенець» нерідко згадують у заголовках навіть тоді, коли це не має значення для суті події. Такі згадки можуть формувати у читачів упереджене ставлення до всієї групи. На основі проведеного аналізу кейсів, у роботі викладено висновки та методи запобігання проблеми.*

***Ключові слова:** внутрішньо переміщені особи, медіа, упередження, журналістські стандарти, російською-українська війна, новини, етичні норми.*

Вступ. У сучасних українських медіа важливо правильно і коректно висвітлювати внутрішньо переміщених осіб. Через війну кількість ВПО значно зросла, тому вони стали помітною частиною суспільства. Водночас саме новини багато в чому формують уявлення людей про різні соціальні групи. Тому від того, як саме медіа подають інформацію про ВПО, залежить рівень довіри, розуміння та ставлення до них у суспільстві.

Попри це, у новинних матеріалах доволі часто без потреби підкреслюють статус внутрішньо переміщених осіб. Особливо це помітно у заголовках та кримінальних новинах, де така інформація не має прямого значення для суті події. Подібний акцент може створювати узагальнення та закріплювати негативні стереотипи. До того ж такі уявлення іноді виникають не лише в медіа, а й у публічних заявах представників влади, які потім активно поширюються у новинах. Унаслідок цього формується спрощений і часто упереджений образ ВПО, що впливає на їхнє сприйняття в суспільстві [1].

Метою цієї роботи є проаналізувати, як у новинах використовується статус внутрішньо переміщених осіб, визначити випадки недоречного акцентування на ньому, а також окреслити можливі способи уникнення процесу навішування соціальних ярликів та більш відповідального висвітлення цієї теми в медіа.