

\*\*\*\*\*

## МОВА МЕДІА

\*\*\*\*\*

УДК 070:316.77:81'42

[https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2026.2\(66\).20](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2026.2(66).20)

**О. В. Блашків**

кандидат філологічних наук, доцент  
доцент кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності  
e-mail: o.blashkiv@wunu.edu.ua, ORCID: 0000-0002-6233-9558  
Західноукраїнський національний університет  
вул. Бульвар Т. Шевченка, 9, м. Тернопіль, Україна, 46009

**Л. А. Комінярська**

кандидат наук із соціальних комунікацій  
викладач кафедри інформаційної та соціокультурної діяльності  
e-mail: lputkalec@ukr.net, ORCID: 0009-0008-4879-9137  
Західноукраїнський національний університет  
вул. Бульвар Т. Шевченка, 9, м. Тернопіль, Україна, 46009

### МОВНІ СТРАТЕГІЇ ВОРОЖНЕЧІ В МЕДІАДИСКУРСІ: ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИЙ І КОГНІТИВНИЙ ВИМІРИ

**Мета дослідження** – виявлення, систематизація та інтерпретація мовних стратегій конструювання ворожнечі в сучасному медіадискурсі з урахуванням їхніх лінгвопрагматичних функцій і когнітивних механізмів впливу, а також уточнення типології на матеріалі українського та російського медіапростору 2022–2026 рр. в умовах інформаційної війни.

**Методологія дослідження.** Методологічну основу становлять положення критичного дискурс-аналізу, лінгвопрагматики та когнітивної лінгвістики. Застосовано критичний дискурс-аналіз (для виявлення стратегій конструювання ворожнечі), лінгвопрагматичний аналіз (для визначення типів мовленнєвих актів), фреймовий аналіз (для реконструкції когнітивних моделей) і контент-аналіз (для визначення частотності стратегій, що надало змогу кількісно верифікувати результати).

**Результати.** Виявлено п'ять основних стратегій конструювання ворожнечі (дегуманізація, демонізація, стигматизація, виключення «Іншого», ескалація страху); визначено їхні мовні маркери та когнітивні механізми реалізації. Доведено, що ефективність стратегій забезпечується трьома взаємопов'язаними механізмами: фреймуванням, концептуальною метафорою та стереотипізацією, – що утворюють когнітивну тріаду, яка діє переважно на рівні несвідомого сприйняття.

**Новизна** одержаних результатів полягає в розробленні інтегративної моделі аналізу мови ворожнечі, що поєднує лінгвопрагматичний і когнітивний підходи, а також в уточненні типології мовних стратегій її конструювання на матеріалі українського медіадискурсу в умовах повномасштабної російсько-української війни.

**Практична значущість.** Результати можуть бути використані у сфері медіаграмотності, журналістської освіти, розробки редакційних стандартів та автоматизованих систем виявлення токсичного контенту.

**Ключові слова:** мова ворожнечі, медіадискурс, дискурсивні стратегії, фреймування, концептуальна метафора, стереотип, когнітивна лінгвістика, інформаційна війна.

#### I. Вступ

Сучасний медіапростір функціонує в умовах гібридної війни, де мова є не лише засобом комунікації, а й зброєю цілеспрямованого впливу на суспільну свідомість. Мова ворожнечі (*hate speech*) перестала бути маргінальним явищем: вона системно відтворюється в новинних текстах, коментарях, заголовках, соціальних мережах, формуючи стійкі образи «ворога» та «чужого».

Актуальність дослідження зумовлена стрімким поширенням токсичного контенту в цифровому медіасередовищі, використанням мови ворожнечі як інструменту інформаційної агресії проти України, а також недостатньою розробленістю медіалінгвістичного опису відповідних стратегій у вітчизняній науці. Проблема полягає у відсутності системної типології мовних стратегій конструювання ворожнечі, яка б поєднувала лінгвопрагматичний та когнітивний підходи і спиралася на актуальний медіаматеріал.

Упродовж останнього десятиліття дослідження мови ворожнечі зазнали суттєвої трансформації, зумовленої розвитком цифрового медіасередовища, соціальних платформ та алгоритмічних систем поширення контенту. Це призвело до зміщення дослідницького фокусу від аналізу окремих текстів до вивчення динамічних, мережевих і мультимодальних форм дискурсу. У сучасному критичному дискурс-аналізі мова ворожнечі розглядається як частина ширших процесів медіатизації політики та поляризації суспільства. Зокрема, Р. Водак [27] наголошує на зростанні популістичних дискурсів, у яких стратегічне конструювання «ворога» стає центральним елементом політичної комунікації.

Новітні дослідження дедалі більше інтегрують когнітивний і соціальний виміри аналізу. У праці А. Мусолфа [21] показано, що політичні метафори функціонують як сценарії, які задають не лише образ «ворога», а й допустимі способи дії щодо нього. Це розширює класичне розуміння концептуальної метафори, акцентуючи її прагматичний та ідеологічний потенціал у медіадискурсі.

Особливу увагу в сучасних дослідженнях приділено феномену онлайн-радикалізації та цифрової мови ворожнечі. Зокрема, Емма А. Джейн [17] вводить поняття «електронний біл» (e-bile) для позначення агресивного онлайн-дискурсу, що поєднує емоційність, анонімність і безкарність. Подальші дослідження (А. Матаморос-Фернандес [20]; Б. Карлсон і Р. Фрейзер [13]) демонструють, що цифрові платформи не лише відображають мову ворожнечі, а й структурно сприяють її поширенню через алгоритмічне підсилення емоційно зарядженого контенту.

У межах медіалінгвістики активно розвивається підхід до аналізу мови ворожнечі як мультимодального явища: у цифровому середовищі ворожнеча конструюється не лише через текст, а й через зображення, меми, відео та їхні комбінації (М. Хосраві-Нік та Дж. Унгер [18]; Д. Макін та А. Майр [22]). Це вимагає розширення аналітичного інструментарію й врахування візуально-дискурсивних стратегій.

Важливим напрямом є також автоматизоване виявлення мови ворожнечі. Роботи в галузі комп'ютерної лінгвістики (П. Фортуна та С. Нунес [16]; Б. Відген та Л. Дерчинський [25]) спрямовані на створення алгоритмів класифікації токсичного контенту, однак стикаються з проблемами інтерпретації імпліцитних форм ворожнечі, зокрема іронії, метафори та пресупозицій.

У сучасному українському науковому дискурсі проблему мови ворожнечі розглядають переважно в контексті медіакомунікації та інформаційної війни. Зокрема, Т. Сукаленко [8] аналізує мовні засоби реалізації ворожнечі в медіапросторі, підкреслюючи її багаторівневий характер, тоді як О. Набока та Н. Коваль [4] акцентують на її ролі в політичному дискурсі як чинника суспільної поляризації. Дослідження О. Росінської [7] демонструють, що ключовим механізмом конструювання ворожнечі є мовна репрезентація образу «ворога» в медіатекстах. Комплексний медіалінгвістичний вимір явища розкрито також у праці Л. Городенко [1] та О. Ярошенко [11]. В українському науковому контексті дослідження сфокусовані на аналізі мови ворожнечі як інструменту інформаційної війни та пропаганди, проте комплексні моделі, що поєднують лінгвопрагматичний, когнітивний і медіатехнологічний виміри, залишаються недостатньо розробленими. Усе це зумовлює необхідність інтегративного підходу, що реалізується в цьому дослідженні.

На відміну від попередніх досліджень, у цій роботі мова ворожнечі розглядається не лише як сукупність мовних засобів, а як комплексна дискурсивна практика, що функціонує в умовах алгоритмічно керованого медіасередовища та має кумулятивний вплив на суспільну свідомість.

## II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – виявлення, систематизація та інтерпретація мовних стратегій конструювання ворожнечі в сучасному медіадискурсі з урахуванням їхніх лінгвопрагматичних функцій і когнітивних механізмів впливу, а також уточнення типології на матеріалі українського та російського медіапростору 2022–2026 рр. в умовах інформаційної війни.

Методологічну основу становлять положення критичного дискурс-аналізу, лінгвопрагматики та когнітивної лінгвістики. Застосовано критичний дискурс-аналіз (для виявлення стратегій конструювання ворожнечі), лінгвопрагматичний аналіз (для визначення типів мовленнєвих актів), фреймовий аналіз (для реконструкції когнітивних моделей) і контент-аналіз (для визначення частотності стратегій, що надало змогу кількісно верифікувати результати).

## III. Результати

Термін «мова ворожнечі» (*hate speech*) не має єдиного визначення ні в лінгвістиці, ні в правовому полі. У широкому розумінні – це будь-яке висловлювання, що принижує, стигматизує або підбурює до дискримінації осіб чи груп за ознакою етнічної, національної, релігійної, гендерної належності [26].

У медіалінгвістиці акцент зміщується на дискурсивні механізми відтворення ворожнечі – стратегії, що реалізуються через конкретні мовні засоби в конкретних медіаконтекстах. Важливо розмежовувати пряму мову ворожнечі (експліцитні образи, заклики до насильства) та приховану (імпліцитна стигматизація через добір лексики, синтаксичні конструкції, фреймування).

Медіадискурс розглядається як особливий тип інституційного дискурсу, що характеризується масовістю, технологічною опосередкованістю та ціннісно-ідеологічною навантаженістю. Медіатекст є основною одиницею медіадискурсу й поєднує вербальний, візуальний та паравербальний компоненти. Саме в медіатексті мова ворожнечі набуває найбільшої суспільної небезпеки через масштаб охоплення аудиторії та ефект повторюваності.

Лінгвопрагматика досліджує мову ворожнечі як систему мовленнєвих актів із деструктивною іллокуцією – образи, звинувачення, погрози, приниження [12]. У медіадискурсі вони реалізуються не лише прямо (інвектива, наказ), а й опосередковано – через пресупозиції, імплікатури, іронію. Перлокутивний ефект таких актів – формування негативних установок до певної групи. Когнітивна лінгвістика пояснює ефективність мови ворожнечі: вона експлуатує базові когнітивні структури – фрейми, концептуальні метафори, стереотипи [19]. Фреймування «ворога» активує готові схеми сприйняття й блокує критичне осмислення. Метафори хвороби, тваринного світу та природних катастроф є універсальними стратегіями дегуманізації в різних культурах і епохах.

Емпіричну базу дослідження становлять медіатексти українських та російських онлайн-видань за 2022–2026 рр.: новинні матеріали, коментарі редакцій. До аналізу залучено матеріали верифікованих баз даних токсичного контенту (StopFake, Detector Media, EUvsDisinfo). Основу методологічного інструментарію становлять: критичний дискурс-аналіз за моделлю Рейзігль та Водак (Reisigl & Wodak) [23] – для виявлення стратегій побудови ідентичності та ворожнечі; лінгвопрагматичний аналіз – для опису типів мовленнєвих актів ворожнечі та їх іллокутивної сили; фреймовий аналіз – для реконструкції когнітивних схем; контент-аналіз – для кількісного підтвердження частотності виявлених стратегій.

За результатами аналізу емпіричного матеріалу виявлено п'ять основних дискурсивних стратегій конструювання ворожнечі в медіатексті, що надало змогу сформулювати типологію мовних стратегій конструювання ворожнечі (табл. 1).

Таблиця 1

Типологія мовних стратегій ворожнечі в медіадискурсі

Стратегія	Приклад (укр. медіа)	Приклад (рос. медіа)	Джерело верифікації
Дегуманізація	«зграя» (24 канал, 2024)	«нелюди», «нечесть» (Россия-1, 2022–2024)	EUvsDisinfo
Демонізація	«звірства» (ТСН, 2023)	«нацистський режим», «денацифікація» (РИЯ, 2022)	Detector Media
Стигматизація	«традиційно маніпулює» (РБК-Укр, 2024)	«завжди зраджували», «у природі народу» (Россия-1, 2022–2023)	StopFake
Виключення «Іншого»	«наші – ворог» (Суспільне, 2024)	«так звана Україна», «ці території» (Перший канал РФ)	EUvsDisinfo
Ескалація страху	«загроза масових ударів» (УП, 2022)	«НАТО вже воює», «ядерний удар» (РИА Новости, 2022–2024)	EUvsDisinfo

Джерело: розроблено авторами.

Практичний аналіз підтверджує, що мовні стратегії конструювання ворожнечі в сучасному медіадискурсі реалізуються через системне використання лексичних, метафоричних і фреймових засобів. Розглянемо це на конкретних прикладах українських онлайн-медіа.

*Стратегія дегуманізації* є найнебезпечнішою стратегією, оскільки психологічно знижує поріг сприйняття насильства щодо «не-людей», вона передбачає відмову в людській гідності через порівняння з тваринами, комахами, хворобами. Реалізується за допомогою зоонімічних метафор («орки», «гризуни», «зграя»), фітонімічних метафор («бур'ян», «паразити») та патологізуючої лексики («зараза», «чума», «вірус»). У матеріалі 24 каналу від 18 січня 2024 р. використано формулювання: «окупанти діють як зграя, не зважаючи на жодні правила війни» [2]. На лексичному рівні ключовим є іменник «зграя», який переносить опис у площину тваринної поведінки. Це реалізує концептуальну метафору *ворог – тварина*, що є типовою для стратегії дегуманізації. На когнітивному рівні відбувається зниження морального статусу об'єкта: суб'єкт позбавляється індивідуальності та раціональності. Така репрезентація полегшує сприйняття насильства щодо нього як допустимого або виправданого.

*Стратегія демонізації* передбачає надання об'єкту рис абсолютного зла, конструюючи образ через аксіологічно марковані номінації («нацисти», «терористи», «сатаністи»), апокаліптичну риторику («загроза цивілізації», «абсолютне зло») та бінарне протиставлення добро/зло без жодних нюансів. Демонізація обслуговує пропагандистський наратив «священної місії». У зверненні

президента рф В. Путіна 24 лютого 2022 р., оприлюдненому на офіційному сайті кремля, зафіксовано формулювання про «проведення спеціальної воєнної операції... с целью демилитаризации и денацификации Украины» [5]. Концепт «денацифікація» активує фрейм священної боротьби: росія – визволитель, Україна – уособлення абсолютного зла. На прагматичному рівні це формує образ абсолютного зла, що відповідає стратегії демонізації. У когнітивному плані активується бінарна модель добро – зло, яка спрощує інтерпретацію подій і блокує альтернативні оцінки.

*Стратегія стигматизації* приписує групі стійкі негативні риси, що подаються як її природні, незмінні властивості: це етнічні й національні ярлики з негативною конотацією, узагальнювальні конструкції («всі вони такі», «це в їхній природі») [24], псевдонаукові обґрунтування стигми. У щотижневій програмі «Весті неділі» (Россия-1) систематично відтворюються пропагандистські наративи, що конструюють образ України як агресора або «несамостійного суб'єкта» [14; 24], який, мовляв, завжди слугує чужим інтересам. Таким чином, приписуючи українцям зрадницьку поведінку як нібито історично та культурно притаманну рису, реалізується стратегія стигматизації: подається як закономірність. Узагальнювальні та есенціалістські конструкції натуралізують негативну характеристику.

*Стратегія конструювання опозиції «свій – чужий»* реалізується через чітке протиставлення: займенникова асиметрія («ми» з позитивною конотацією і «вони» – з негативною), просторові метафори виключення («не наші», «чужі на нашій землі»), заперечення права на належність до спільноти, держави, культури. На офіційних майданчиках російських державних медіа (Первый канал, ТАСС, 2022–2024 рр.) зафіксовано систематичне вживання конструкцій «так называемая Украина», «эти территории», «киевский режим», «Новороссия» [15]. Це є формою делегітимації державного суб'єкта. Заперечення легітимності самої назви держави через лапки або субститут є радикальною формою виключення: суб'єкту відмовляється в праві на ідентичність і саме існування. На рівні фреймування займенникова асиметрія «наші» (з позитивною конотацією) – «они» (з негативною) створює непорушну межу між «своїми» і «чужими». Така структура відповідає стратегії виключення «Іншого» і є фундаментальною для конструювання ворожої колективної ідентичності.

*Стратегія ескалації страху* спрямована на емоційний вплив і мобілізацію аудиторії через конструювання загрози: гіпербола і катастрофізація («повне знищення», «кінець існування»), псевдодокументальність – посилення на сфабриковані факти як достовірні, темпоральна тривога («вже надто пізно», «останній шанс»). Наприклад, у матеріалах РІА Новости та телеканалу «Звезда» (2022–2024 рр.) систематично вживалися формулювання: «НАТО уже фактически воюет против России», «ядерный удар – единственный ответ на агрессию Запада» (2022–2026 рр., зафіксовано EUvsDisinfo у понад 400 кейсах [15]). Гіпербола «вже фактично» і лексема «єдина відповідь» активують фрейм екзистенційної загрози: коли йдеться про виживання, усі засоби виправдані. На когнітивному рівні активується фрейм катастрофи, що відповідає стратегії ескалації страху. Прагматичний ефект полягає в емоційній мобілізації аудиторії та знятті моральних обмежень.

Проаналізовані приклади свідчать, що мовні стратегії ворожнечі в медіадискурсі реалізуються через системну взаємодію лексичних засобів, когнітивних моделей і прагматичних установок. Їх ефективність забезпечується не лише окремими мовними одиницями, а кумулятивним ефектом повторюваності та узгодженості дискурсивних практик.

Фундаментальним когнітивним механізмом створення емоційно-сислової рамки є фреймування ворога, що полягає у структуруванні сприйняття іншої сторони конфлікту як загрози, зла або «чужого», фокусуючись лише на негативних характеристиках об'єкта.

У медіалінгвістичному контексті фрейм є когнітивною схемою інтерпретації, що визначає, як аудиторія розуміє, оцінює та запам'ятовує інформацію. Фрейм не просто описує реальність – він її конструює: один і той самий факт, поміщений у різні фрейми, породжує принципово різні інтерпретації та емоційні реакції. Фрейм «ворог» – один із найдавніших і найстійкіших когнітивних фреймів у людській культурі. Його базова структура містить кілька обов'язкових слотів (табл. 2).

Таблиця 2

Слотова структура фрейму «ворог» у пропагандистському медіатексті	
Слот фрейму	Зміст у пропагандистському медіатексті
Агент	Хто є ворогом (номінація, ідентифікація)
Атрибути	Які риси йому приписуються (жорстокість, підступність, неповноцінність)
Дії	Що він робить або планує зробити (загроза, агресія, обман)
Мотивація	Чому він так діє (ненависть, заздрість, природна схильність до зла)
Ставлення до «своїх»	Як він ставиться до «нас» (як до об'єкта знищення або підкорення)
Необхідна відповідь	Що «ми» повинні зробити у відповідь (захищатися, знищити, вигнати)

Джерело: розроблено авторами.

Заповнення цих слотів відбувається не одноразово в одному тексті, а поступово й системно – через сотні медіатекстів, які разом формують стійкий образ ворога в суспільній свідомості. Фреймування ворога в медіадискурсі реалізується через кілька взаємопов'язаних механізмів.

Номінаційний механізм: вибір найменування – перший і найочевидніший крок фреймування. Те, як медіатекст називає суб'єкта, одразу активує певний фрейм: «терористи» / «бойовики» / «повстанці» – три різних фрейми для тих самих осіб.

Предикаційний механізм реалізується через дієслова та прикметники, що приписують суб'єкту певні дії та властивості (нападати, знищувати, тероризувати; жорстокий, підступний, варварський).

Перспективізація передбачає вибір фокусного суб'єкта, використання пасивного стану як інструменту приховування агента та певний порядок викладу.

Нарешті, замовчування та виключення – активна фреймуюча стратегія: фрейм визначає не тільки те, що включається в текст, а й те, що з нього вилучається. Замовчування контексту, причин, альтернативних інтерпретацій діє не менш ефективно, ніж пряма маніпуляція.

У матеріалі Українська правда «Росія завдала масованого ракетного удару по Україні: вибухи в Києві та інших містах» (10 жовтня 2022 р.) зафіксовано формулювання: «Росія завдала масованого ракетного удару по Україні, вибухи пролунали в Києві, Львові, Дніпрі та інших містах» [10]. На лексичному рівні ключовими є одиниці «масований», «вибухи», які формують високий рівень інтенсивності події. На рівні фреймування активується фрейм катастрофи, що передбачає масштабність, неконтрольованість і загрозу життю. У когнітивному вимірі це сприяє формуванню уявлення про ситуацію як всеохопну небезпеку. Прагматичний ефект полягає в емоційній мобілізації аудиторії та підвищенні рівня тривожності, що відповідає стратегії ескалації страху. Водночас повторюваність подібних формулювань у медіапотопі закріплює відповідний сценарій сприйняття подій.

Фреймування ворога в медіадискурсі є системним, багаторівневим процесом. Його ефективність забезпечується кумулятивним ефектом систематичного відтворення тих самих когнітивних схем у медіапросторі. Фрейм «ворога», одного разу сформований, стає самовідтворюваною структурою, що фільтрує нову інформацію і блокує критичне мислення аудиторії.

Концептуальні метафори виступають інструментом дегуманізації. За Дж. Лакоффом та М. Джонсоном, концептуальна метафора – це не стилістичний засіб прикраси мови, а базовий принцип організації людського мислення: одна царина досвіду осмислюється крізь призму іншої [19]. У медіадискурсі цей механізм набуває особливої небезпеки, оскільки концептуальні метафори функціонують непомітно – вони не сприймаються як образне мовлення, а засвоюються як «природний» спосіб опису реальності. У сучасному медіадискурсі виділяють три домінуючі метафоричні моделі дегуманізації.

*Модель «ворог – хвороба / паразит».* Якщо ворог – це хвороба або паразитичний організм, логіка дій щодо нього визначається медичною або санітарною метафорою: лікування, знезараження, карантин, ампутація, дезінфекція. Типова субстантивна лексика: зараза, чума, вірус, метастази, пухлина, паразити, кліщі; дієслівна: заражати, поширюватися, проникати, вкорінюватися, виїдати зсередини. У російському медіадискурсі ця модель реалізується системно: телеканал Россия-1 у 2022–2023 рр. стабільно вживав конструкції «нацистська зараза», «метастази нацизму», «вирізати пухлину бандерівщини» (зафіксовано EUvsDisinfo [15]). Показовий приклад – заяви державних коментаторів про те, що Україна є «абсцесом на тілі слов'янського світу, який необхідно розкрити й вичистити» (Перший канал РФ, 2022). Медична метафора тут виконує подвійну функцію: патологізує об'єкт і водночас легітимізує агресора як «лікаря», що здійснює необхідне лікування.

*Модель «ворог – тварина / хижак або шкідник»* розщеплюється на два підтипи залежно від обраного зооніма: хижак (вовк, шакал, гієна) активує фрейм небезпеки та самооборони; шкідник (пацюк, гризун, комаха) – фрейм знищення як санітарної норми. В обох випадках відбувається ключова когнітивна операція: відмова об'єкту метафори в моральному статусі. Типові мовні реалізації: орки, шакали, гієни, щури, гризуни, кліщі, саран(ч)а; дієслова тваринної поведінки: зграюватися, ризикати, гризти, смикати, нищпорити. Ця модель є однією з найпоширеніших у російській пропагандистській риторичі: у матеріалах РІА Новости та ТАСС зафіксовано вживання лексем «бандерівські шакали», «нацистські щури», «київська гієна», а також дієслівних конструкцій типу «кишать нацистами», «нора бандерівців» [15]. Цей зоонімічний код функціонує як стале дискурсивне кліше, що не потребує аргументації: позначення противника твариною автоматично активує в реципієнта готовий поведінковий сценарій – знищення шкідника або усунення загрозливого хижака.

*Модель «ворог – стихія / природна катастрофа»* позбавляє ворога не лише людської, але й будь-якої агентності та відповідальності. Метафора стихії активує фрейм виживання, а не конфлікту: у фреймі конфлікту є місце для переговорів, капітуляції, компромісу, тоді як у фреймі виживання – лише протистояння до кінця. Типові лексичні реалізації: навала, потоп, лавина, хвиля, шквал; дієслова руху стихії: захлеснути, змести, затопити, поглинути, прокотитися. У риторичі про НАТО і Захід ця модель домінує в російських державних медіа: зафіксовано формулювання «натівська навала», «хвиля русофобії захлестнула Захід», «лавина санкцій», «НАТО поглинає пострадянський простір» (Россия-1, Перший канал РФ, 2022–2024 [15]). Особливо небезпечним є

поєднання метафори стихії з темпоральною тривою («ще трохи – і нас змете»): воно активує інстинкт виживання й ефективно блокує раціональне осмислення ситуації.

На практиці три моделі рідко функціонують ізольовано: медіатекст часто поєднує їх, створюючи метафоричний кластер, що посилює дегуманізуючий ефект. Систематичне відтворення тих самих моделей у різних медіа формує стійкий когнітивний шаблон, який починає функціонувати автоматично.

Когнітивним тригером мови ворожнечі є стереотип. У когнітивній психології стереотип розглядається як різновид схеми – узагальненої структури знань про категорію об'єктів.

Стереотип та мова ворожнечі перебувають у взаємодії підсилення одне одного: мова ворожнечі експлуатує наявні стереотипи й водночас відтворює та поглиблює їх. Через систематичне повторення стереотипне уявлення перестав сприйматися як суб'єктивна оцінка й натуралізується в суспільній свідомості.

Особливої уваги заслуговує функціонування стереотипу на рівні пресупозиції – імпліцитного знання, яке медіатекст приймає як само собою зрозуміле. Пресупозиція є найбільш ефективним механізмом відтворення стереотипу саме тому, що вона не піддається прямому спростуванню. Наприклад, речення «цього разу вони діяли особливо жорстоко» містить пресупозицію «вони завжди діють жорстоко», яка не заявляється прямо, але беззаперечно засвоюється. Стереотип також демонструє стійкість до суперечливих свідчень через механізми субтипизації (факт, що суперечить стереотипу, пояснюється як виняток), упередженої атрибуції та підтверджувального упередження. Медіадискурс активно використовує ці механізми, а алгоритми соціальних мереж додатково підсилюють їх через персоналізацію стрічки.

Таким чином, виявлені стратегії корелюють із типологією М. Рейзігля та Р. Водак [23] – номінаційними, предикаційними, аргументаційними стратегіями, але потребують адаптації до специфіки цифрового медіадискурсу, де межі між жанрами розмиваються, а швидкість поширення контенту суттєво підсилює кумулятивний ефект мови ворожнечі.

Українське медіасередовище демонструє унікальну конфігурацію: воно одночасно є об'єктом мови ворожнечі (з боку російської пропаганди) і суб'єктом, що виробляє власні стратегії протидії та ідентифікації ворога. Це породжує специфічну ситуацію, в якій межа між мовою ворожнечі та захисною риторикою є предметом окремої наукової рефлексії й не може вирішуватися механічним перенесенням західних аналітичних моделей без їх критичної адаптації.

Обмеження дослідження пов'язані із суб'єктивністю інтерпретації при аналізі імпліцитної мови ворожнечі, труднощами з верифікацією матеріалу в умовах інформаційної війни, а також з динамічним характером досліджуваного явища, що постійно трансформується під впливом нових медійних форматів і платформ.

#### IV. Висновки

Проведене дослідження мовних стратегій конструювання ворожнечі в сучасному медіадискурсі надає змогу сформулювати такі висновки. По-перше, мова ворожнечі є системним дискурсивним явищем: проаналізовано п'ять основних стратегій її конструювання в медіатексті (дегуманізація, демонізація, стигматизація, виключення «Іншого», ескалація страху), кожна з яких реалізується через специфічний набір лексичних, синтаксичних і дискурсивних засобів і переслідує окрему прагматичну мету. По-друге, ефективність мови ворожнечі забезпечується трьома взаємопов'язаними когнітивними механізмами: фреймуванням, концептуальною метафорою та стереотипизацією, що утворюють когнітивну тріаду, яка діє переважно на рівні несвідомого сприйняття. По-третє, мова ворожнечі функціонує кумулятивно: жоден окремий медіатекст не формує образу ворога самостійно – цей образ є результатом систематичного відтворення тих самих фреймів, метафор і стереотипів у сотнях текстів різних жанрів і платформ. По-четверте, цифрове медіасередовище створює якісно нові умови для поширення мови ворожнечі: алгоритми соціальних мереж підсилюють емоційно навантажений контент, формуючи інформаційні бульбашки, в яких негативні стереотипи та фрейми ворожнечі відтворюються без альтернативних перспектив.

Таким чином, мова ворожнечі постає не лише як мовне або етичне явище, а як складний когнітивно-дискурсивний механізм, що відіграє ключову роль у формуванні соціальної реальності в умовах сучасного медіапростору.

Результати дослідження мають виразне практичне значення для медіаграмотності (як аналітичний інструментарій критичного сприйняття медіатекстів), журналістської етики (як орієнтир для редакційних стандартів) та модерації контенту (як лінгвістична основа для алгоритмічних систем виявлення токсичного контенту). Перспективи подальших досліджень охоплюють: порівняльний аналіз стратегій ворожнечі в різних національних медіасистемах; дослідження трансформації мови ворожнечі в мультимодальному цифровому дискурсі; вивчення рецептивного виміру залежно від рівня медіаграмотності аудиторії; розробку верифікованих методик виявлення прихованої мови ворожнечі, що функціонує на рівні пресупозиції та імплікатури.

#### Список використаної літератури

1. Городенко Л. М. Медіадискурс як інструмент інформаційного впливу: український контекст. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2021. Вип. 49. С. 120–128.

2. 24 канал. Окупанти не дотримуються жодних правил ведення бойових дій – командири підрозділів ЗСУ. 18.01.2024. URL: [https://24tv.ua/okupanti-ne-dotrimuyutsya-zhodnih-pravil-vedennya-boyovikh-diy\\_n2429415](https://24tv.ua/okupanti-ne-dotrimuyutsya-zhodnih-pravil-vedennya-boyovikh-diy_n2429415) (дата звернення: 08.03.2026).
3. Детектор медіа. 330 відтінків російської дезінформації: дослідження інформаційного простору Східної Європи. *Детектор медіа*. 2022. URL: [https://detector.media/propahanda\\_vplyvu/article/206535/2022-12-30-330-vidtinkiv-rosiyskoi-dezinformatsii-doslidzhuemo-informatsiynuu-prostir-skhidnoi-ievgoru/](https://detector.media/propahanda_vplyvu/article/206535/2022-12-30-330-vidtinkiv-rosiyskoi-dezinformatsii-doslidzhuemo-informatsiynuu-prostir-skhidnoi-ievgoru/) (дата звернення: 08.03.2026).
4. Набока О. В., Коваль Н. В. Мова ворожнечі в політичному дискурсі: лінгвістичний і комунікативний аспекти. *Нова філологія*. 2020. № 82. С. 112–118.
5. Обращение Президента Российской Федерации. *Президент России*. 24.02.2022. URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/67843> (дата звернення: 08.03.2026).
6. РБК-Україна. Чому «денацифікація» – це пропаганда: як Росія маніпулює поняттями. 22.05.2024. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/chomu-denatsifikatsiya-tse-propaganda-yak-rosiya-1716375600.html> (дата звернення: 08.03.2026).
7. Росінська О. В. Мовні засоби репрезентації образу ворога в українському медіадискурсі. *Синopsis: текст, контекст, медіа*. 2022. № 3. С. 45–52.
8. Сукаленко Т. М. Мова ворожнечі в сучасному українському медіапросторі: лінгвістичний аспект. *Наукові записки НаУОА. Серія «Філологія»*. 2021. № 10 (78). С. 45–50.
9. ТСН. Росія продовжує тероризувати Херсон: нові удари по житлових кварталах. 03.03.2023. URL: <https://tsn.ua/ato/rosiya-prodovzhuye-terorizuvati-herson-novi-udari-po-zhitlovih-kvartalah-2232044.html> (дата звернення: 08.03.2026).
10. *Українська правда*. Росія завдала масованого ракетного удару по Україні: вибухи в Києві та інших містах. 10.10.2022. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/10/10/7371302/> (дата звернення: 08.03.2026).
11. Ярошенко О. А. Дискурсивні практики ворожнечі в українських онлайн-медіа в умовах війни. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2023. № 1. С. 85–92.
12. Austin J. L. *How to Do Things with Words*. Oxford : Oxford University Press, 1962. 168 p.
13. Carlson B., Frazer R. Social media mobbing and the amplification of hate. *Information, Communication & Society*. 2020. Vol. 23, No. 6. P. 840–857.
14. EUvsDisinfo. Ukraine did not, does not and will not exist. 2023. URL: <https://euvsdisinfo.eu/report/ukraine-did-not-does-not-and-will-not-exist/> (date of request: 08.03.2026).
15. EUvsDisinfo. Disinformation database: Ukraine-related narratives (2022–2024) URL: <https://euvsdisinfo.eu> (date of request: 08.03.2026).
16. Fortuna P., Nunes S. A survey on automatic detection of hate speech in text. *ACM Computing Surveys*. 2018. Vol. 51. № 4. P. 1–30.
17. Jane E. A. *Misogyny Online: A Short (and Brutish) History*. London : Sage, 2017. 208 p.
18. KhosraviNik M., Unger J. Critical discourse studies and social media. In: *Methods of Critical Discourse Studies*. London : Sage, 2016. P. 206–233.
19. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago : University of Chicago Press, 1980. 242 p.
20. Matamoros-Fernández A. Platformed racism: the mediation and circulation of an Australian race-based controversy on Twitter, Facebook and YouTube. *Information, Communication & Society*. 2017. Vol. 20. № 6. P. 930–946.
21. Musolf A. *Metaphor, Nation and the Holocaust: The Concept of the Body Politic*. London : Routledge, 2021. 224 p.
22. Machin D., Mayr A. *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction*. 2nd ed. London : SAGE Publications, 2023. 312 p.
23. Reisigl M., Wodak R. *Discourse and Discrimination: Rhetorics of Racism and Antisemitism*. London : Routledge, 2001. 296 p.
24. StopFake. Моніторинг наративів Кісельова: стигматизація українців як «агентів Заходу». [stopfake.org](https://stopfake.org), 2022–2023.
25. Vidgen B., Derczynski L. Directions in abusive language training data, a systematic review: Garbage in, garbage out. *PLOS ONE*. 2020. Vol. 15. № 12. e0243300.
26. Waldron J. *The Harm in Hate Speech*. Cambridge : Harvard University Press, 2012. 288 p.
27. Wodak R. *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. London : Sage, 2015. 248 p.

#### References

1. Horodenko, L. M. (2021). Mediadykurs yak instrument informatsiinoho vplyvu: ukraïnskyi kontekst [Media discourse as a tool of informational influence: Ukrainian context]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii zhurnalistyka*, 49, 120–128. [in Ukrainian].
2. 24 канал. (2024, January 18). Okupanty ne dotrymuyutsia zhodnykh pravyl vedennia boiovykh dii – komandyry pidrozdiliv ZSU [Occupants do not comply with any rules of warfare – AFU unit commanders]. Retrieved from [https://24tv.ua/okupanti-ne-dotrimuyutsya-zhodnih-pravil-vedennya-boyovikh-diy\\_n2429415](https://24tv.ua/okupanti-ne-dotrimuyutsya-zhodnih-pravil-vedennya-boyovikh-diy_n2429415) (accessed 28.04.2026) [in Ukrainian].

3. *Detector Media*. (2022). 330 vidtinkiv rosiiskoi dezinformatsii: doslidzhennia informatsiinoho prostoru Skhidnoi Yevropy [330 shades of Russian disinformation: researching the information space of Eastern Europe]. *Detector Media*. Retrieved from [https://detector.media/propahanda\\_vplyvy/article/206535/2022-12-30-330-vidtinkiv-rosiiskoi-dezinformatsii-doslidzhuiemo-informatsiynyy-prostir-skhidnoi-ievropy](https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/206535/2022-12-30-330-vidtinkiv-rosiiskoi-dezinformatsii-doslidzhuiemo-informatsiynyy-prostir-skhidnoi-ievropy) (accessed 15.03.2026) [in Ukrainian].
4. Naboka, O. V., & Koval, N. V. (2020). Mova vorozhnechi v politychnomu diskursi: linhvistychnyi i komunikatyvnyi aspekty [Hate speech in political discourse: linguistic and communicative aspects]. *Nova filolohiia*, 82, 112–118. [in Ukrainian].
5. *Prezident Rossiiskoi Federatsii*. (2022, February 24). Obrashchenie Prezidenta Rossiiskoi Federatsii [Address by the President of the Russian Federation]. Retrieved from <https://krem-lin.ru/events/president/news/67843> (accessed 18.03.2026) [in Russian].
6. RBK-Ukraina. (2024, May 22). Chomu «denatsyfikatsiia» – tse propahanda: yak Rosiia manipuluie poniattiamy [Why “denazification” is propaganda: how Russia manipulates concepts]. Retrieved from <https://www.rbc.ua/ukr/news/chomu-denatsyfikatsiya-tse-propaganda-yak-rosiya-1716375600.html> (accessed 28.04.2026) [in Ukrainian].
7. Rosinska, O. V. (2022). Movni zasoby reprezentatsii obrazu voroha v ukrainskomu mediadiskursi [Linguistic means of representing the enemy image in Ukrainian media discourse]. *Synopsis: tekst, kontekst, media*, 3, 45–52 [in Ukrainian].
8. Sukalenko, T. M. (2021). Mova vorozhnechi v suchasnomu ukrainskomu mediaprostori: linhvistychnyi aspekt [Hate speech in the contemporary Ukrainian media space: a linguistic perspective]. *Naukovi zapysky NaUOA. Seriiia «Filolohiia»*, 10(78), 45–50 [in Ukrainian].
9. *TSN.ua*. (2023, March 3). Rosiia prodovzhuie terorizuvaty Kherson: novi udary po zhytlovykh kvartalakh [Russia continues to terrorize Kherson: new strikes on residential areas]. Retrieved from <https://tsn.ua/ato/rosiya-prodovzhuye-terorizuvati-herson-novi-udari-po-zhitlovykh-kvartalakh-2232044.html> (accessed 28.04.2026) [in Ukrainian].
10. *Ukrainska pravda*. (2022, October 10). Rosiia zavdala masovanoho raketnoho udaru po Ukraini: vybuhy v Kyievi ta inshykh mistakh [Russia launched a massive missile strike on Ukraine: explosions in Kyiv and other cities]. Retrieved from <https://www.pravda.com.ua/news/2022/10/10/7371302/> (accessed 28.04.2026) [in Ukrainian].
11. Yaroshenko, O. A. (2023). Dyskursyvni praktyky vorozhnechi v ukrainskykh onlain-media v umovakh viiny [Discursive practices of hatred in Ukrainian online media in wartime]. *Derzhava ta rehiony. Seriiia: Sotsialni komunikatsii*, 1, 85–92 [in Ukrainian].
12. Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford University Press [in English].
13. Carlson, B., & Frazer, R. (2020). Social media mobbing and the amplification of hate. *Information, Communication & Society*, 23(6), 840–857 [in English].
14. *EUvsDisinfo*. (2023). Ukraine did not, does not and will not exist. Retrieved from <https://euvsdisinfo.eu/report/ukraine-did-not-does-not-and-will-not-exist/> [in English].
15. *EUvsDisinfo*. (2022–2024) Disinformation database: Ukraine-related narratives. Retrieved from <https://euvsdisinfo.eu> [in English].
16. Fortuna, P., & Nunes, S. (2018). A survey on automatic detection of hate speech in text. *ACM Computing Surveys*, 51 (4), 1–30 [in English].
17. Jane, E. A. (2017). *Misogyny Online: A Short (and Brutish) History*. Sage [in English].
18. KhosraviNik, M., & Unger, J. (2016). Critical discourse studies and social media. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of Critical Discourse Studies* (pp. 206–233). Sage [in English].
19. Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press [in English].
20. Matamoros-Fernández, A. (2017). Platformed racism. *Information, Communication & Society*, 20 (6), 930–946 [in English].
21. Musolff, A. (2021). *Metaphor, Nation and the Holocaust*. Routledge [in English].
22. Machin, D., & Mayr, A. (2023). *How to Do Critical Discourse Analysis: A Multimodal Introduction* (2nd ed.). SAGE Publications [in English].
23. Reisigl, M., & Wodak, R. (2001). *Discourse and Discrimination*. Routledge [in English].
24. StopFake. (2022–2023). Monitorynh naratyviv Kiselova: styhmatyzatsiia ukraintsiv yak «ahentiv Zakhodu» [Monitoring Kiselyov's narratives: the stigmatisation of Ukrainians as 'agents of the West']. Retrieved from [www.stopfake.org/uk/category/monitoring](http://www.stopfake.org/uk/category/monitoring) [in English].
25. Vidgen, B., & Derczynski, L. (2020). Directions in abusive language training data. *PLOS ONE*, 15 (12), e0243300 [in English].
26. Waldron, J. (2012). *The Harm in Hate Speech*. Harvard University Press [in English].
27. Wodak, R. (2015). *The Politics of Fear*. Sage [in English].

Стаття надійшла до редакції 10.03.2026.

Received 10.03.2026.

**Blashkiv O., Kominiarska L. Language Strategies of Hostility in Media Discourse: Linguopragmatic and Cognitive Dimensions**

**The purpose of the article** is to identify, systematize and interpret the linguistic strategies of constructing hostility in contemporary media discourse, taking into account their linguopragmatic functions and cognitive mechanisms of influence, as well as to refine the typology based on materials from the Ukrainian and Russian media space of 2022–2026 in the context of the information war.

**Research methodology.** The methodological basis comprises the principles of critical discourse analysis, linguopragmatics and cognitive linguistics. The following methods were applied: critical discourse analysis (to identify strategies of constructing hostility), linguopragmatic analysis (to determine the types of speech acts), frame analysis (to reconstruct cognitive models), and content analysis (for quantitative verification of results).

**The results.** Five core strategies of constructing hostility were identified (dehumanization, demonization, stigmatization, exclusion of the «Other», and escalation of fear); their linguistic markers and cognitive mechanisms of realization were determined. It is established that the effectiveness of the strategies is ensured by three interrelated cognitive mechanisms – framing, conceptual metaphor and stereotyping – which form a cognitive triad operating primarily at the level of unconscious perception.

**The novelty** of the obtained results lies in the development of an integrative model for the analysis of hate speech that combines linguopragmatic and cognitive approaches, as well as in the refinement of the typology of linguistic strategies of its construction based on materials from the Ukrainian media discourse during the full-scale Russian-Ukrainian war.

**Practical significance.** The results may be used in the field of media literacy, journalism education, the development of editorial standards and automated systems for detecting toxic content.

**Key words:** hate speech, media discourse, discursive strategies, framing, conceptual metaphor, stereotyping, cognitive linguistics, information warfare.