

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
кафедра української мови та прикладної лінгвістики

МОВА ВОРОЖНЕЧІ В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ТЕКСТАХ
(СЕКСИЗМ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ)

Кваліфікаційна робота

освітнього ступеня «бакалавр»

студентки 4 курсу бакалаврату

освітньої програми

*“Прикладна (комп’ютерна)
лінгвістика та англійська мова”*

спеціальності – 035.10 Філологія (прикладна
лінгвістика)

галузь знань – 03 гуманітарні науки

Вікторії Петрівни КІХ

Науковий керівник:

доктор філософії, доцент кафедри української мови та
прикладної лінгвістики **Юлія ЦИГВІНЦЕВА**

«Допущено до захисту»

Протокол засідання

кафедри української мови та прикладної лінгвістики

протокол № 15 від «06» 06 2024 року

завідувач кафедри _____ (підпис)

к.філол.н., доц. **Сергій РІЗНИК**

АНОТАЦІЯ

У сучасному інформаційному суспільстві, де соціальні мережі стають основними майданчиками для публічного спілкування, проблема сексизму та мови ворожнечі в інтернет-комунікаціях набуває нових виявів. Це дослідження фокусується на аналізі проявів сексизму в українських сегментах популярних соціальних мереж, таких як Facebook, Instagram та Telegram, з метою ідентифікації мовних механізмів, що сприяють поширенню гендерних стереотипів та дискримінаційних установок.

Дослідження базується на зборі та аналізі корпусу текстів, які містять сексистські висловлювання, що дозволило провести квалітативний та кількісний аналіз вибраних даних. Особлива увага приділяється методам експертного аналізу, які допомагають виявити та систематизувати типи сексизму та мови ворожнечі, розкриваючи як вони формуються в соціальних мережах.

Результати дослідження вказують на наявність глибоко вкорінених гендерних стереотипів, які маніфестуються через мовні засоби та сприяють підтримці дискримінаційних установок серед користувачів.

Дослідження має значний теоретичний та практичний внесок, оскільки розроблені методи збору та аналізу текстових даних можуть бути використані для подальших досліджень. Виявлення вербальних проявів сексизму дасть змогу удосконалити інструменти запобігання такому явищу.

Ключові слова: сексизм, мова ворожнечі, соціальні мережі, гендерні стереотипи, дискримінація, гендерна нерівність.

ANNOTATION

In today's information society, where social media are becoming the main platforms for public communication, the problem of sexism and hate speech in online communications is gaining new manifestations. This study focuses on the analysis of sexism in Ukrainian segments of popular social media, such as Facebook, Instagram, and Telegram, in order to identify linguistic mechanisms that contribute to the spread of gender stereotypes and discriminatory attitudes.

The study is based on the collection and analysis of a corpus of texts containing sexist statements, which allowed for a qualitative and quantitative analysis of the selected data. Particular attention is paid to expert analysis methods that help identify and systematize types of sexism and hate speech, revealing how they are formed in social media.

The results of the study indicate the existence of deep-rooted gender stereotypes that are manifested through language and contribute to the maintenance of discriminatory attitudes among users.

The study has a significant theoretical and practical contribution, as the developed methods of collecting and analyzing textual data can be used for further research. Identification of verbal manifestations of sexism will allow us to improve tools for preventing this phenomenon.

Keywords: sexism, hate speech, social media, gender stereotypes, discrimination, gender inequality.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ ПРО МОВУ ВОРОЖНЕЧІ ТА СЕКСИЗМ	9
1.1 Природа та історія появи мови ворожнечі	9
1.2 Сексизм з-поміж інших видів мови ворожнечі	16
Висновок до розділу 1	24
РОЗДІЛ 2: СЕКСИЗМ У ТЕКСТАХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	26
2.1 Огляд корпусу зібраних текстів	26
2.2. Квалітативний та кількісний аналіз корпусу	29
2.3 Мовні засоби вираження сексизму в соціальних мережах	35
Висновки до розділу 2	42
ВИСНОВКИ	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	46
ДОДАТКИ	52

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасному глобалізованому світі, де інформаційні потоки охоплюють мільярди людей миттєво через інтернет, питання мови ворожнечі набуває особливої актуальності. Соціальні мережі, які мали стати інструментами зближення людей і поширення знань, часто перетворюються на арену для проявів агресії, дискримінації та сексизму.

Сексизм – явище далеко не нове, але в умовах широкого розповсюдження цифрових комунікацій воно набуває нових форм і проявів, що вимагає глибокого аналізу та розуміння. Основу теоретичних досліджень складають праці видатних міжнародних та українських вчених. Серед міжнародних дослідників слід виокремити Дебору Таннен, професорку лінгвістики, яка вивчала відмінності в комунікації між статями. В своїй книзі Д. Таннен досліджує, як різниці у способах комунікації між чоловіками та жінками впливають на їхні взаємини на робочому місці та в особистому житті. Її дослідження вказують на глибоко вкорінені культурні норми, через які можуть проявлятися сексистські упередження і впливати на повсякденні взаємодії між статями. Ці відкриття є важливими для розуміння того, як мова та спілкування можуть підтримувати або протидіяти гендерній нерівності [36].

Робін Лакофф, авторка книги "Language and Woman's Place", аналізує, як мовні структури відображають гендерні стереотипи. У своїй роботі Р. Лакофф аналізує сексизм в мові, розглядаючи його як відображення гендерних нерівностей у суспільстві. Вона підкреслює, що мовні норми часто відтворюють та підтримують гендерні стереотипи, що обмежують ролі жінок. Основними прикладами сексизму в мові є використання чоловічих займенників як нейтральних, що нормалізує чоловічий досвід як універсальний, а також різне вживання професійних назв залежно від статі, де жіночі назви можуть нести зменшувальні чи сексуалізовані конотації. Лінгвістка закликає до критичного переосмислення мовних практик і вказує на необхідність змін у використанні мови для боротьби з сексизмом. Вона стверджує, що зміни в мові мають

відбуватися разом зі соціальними змінами, щоб ефективно протидіяти гендерним стереотипам і дискримінації [8].

В Україні цими питаннями займається антропологиня Оксана Кісь, котра досліджує роль жінок у традиційному українському суспільстві, зокрема, у контексті патріархальних та сексистських стереотипів. Вона аналізує, як соціальні та культурні норми впливали на жіночу ідентичність та поведінку, а також, як ці стереотипи впливали на подальшу дискримінацію жінок в різних сферах життя, включаючи сімейні обов'язки, роботу та громадську діяльність. Дослідниця також підкреслює необхідність боротьби з сексизмом для досягнення гендерної рівності в сучасному суспільстві [5].

Соціологиня Тамара Марценюк спеціалізується на вивченні гендеру в медіа. Вона аналізує, як гендерні стереотипи підтримуються та відтворюються у засобах масової інформації та досліджує, як традиційні уявлення про чоловічі та жіночі ролі відображаються в новинах, рекламі, кіно та інших формах медіа. Науковиця показує, як медіа можуть відтворювати та посилювати гендерні стереотипи через вибір тем, героїв і способи подачі інформації [9].

Хоча існує значна кількість досліджень, присвячених мові ворожнечі та сексизму, ця тема не втрачає своєї актуальності. Зокрема, гендерні стереотипи та дискримінаційні висловлювання продовжують залишатися важливим питанням у контексті сучасних цифрових комунікацій. Ця робота покликана виявити, як саме проявляється сексизм у публічних та приватних дискусіях в українських сегментах Facebook, Telegram, Instagram та інших соціальних мережах.

Дослідження мови ворожнечі в контексті сексизму в соціальних мережах має не лише теоретичне, а й практичне значення, оскільки результати можуть бути використані для формування стратегій комунікацій, спрямованих на створення більш рівноправного і безпечного цифрового простору для всіх користувачів.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження мови ворожнечі, зокрема проявів сексизму, у текстах, що поширюються через соціальні мережі в Україні.

Завдання дослідження:

1. Визначити та проаналізувати основні теоретичні підходи до поняття мови ворожнечі та сексизму.
2. Оглянути та класифікувати види та форми сексизму, що зустрічаються в соціальних мережах.
3. Розробити скрипт для викачування текстів з Telegram.
4. Зібрати та схарактеризувати корпус текстів із сексистськими висловлюваннями.
5. Здійснити квалітативний та кількісний аналіз сексистських висловлювань у вибраних соціальних мережах.
6. З'ясувати мовні засоби вираження сексизму та механізми поширення сексистських висловлювань.

Об'єктом дослідження є тексти соціальних мереж.

Предметом дослідження є сексистські висловлювання в текстах, які публікуються в українських сегментах соціальних мереж, таких як Facebook, Instagram, Telegram.

Матеріалами дослідження стали 124 тексти, які містять в собі прояви сексизму.

Методологія дослідження охоплює загальнонаукові та загальнолінгвістичні методи, а особлива увага приділяється контент-аналізу.

Теоретичну основу дослідження складають праці провідних дослідників у сфері лінгвістики, гендерних досліджень та аналізу мови ворожнечі.

Практичне значення роботи полягає в розробці інструментів для збору текстових даних із соціальних мереж, що сприятимуть виявленню сексистських висловлювань та створенню більш здорового інформаційного простору. Це має важливе значення для дослідників, модераторів контенту та всіх, хто займається питаннями етики в онлайн-комунікаціях.

Новизна: корпус текстів, які містять сексистські висловлювання, дав змогу виявити та проаналізувати вербальні прояви сексизму, що важливо для поглибленого вивчення цього явища в текстах соціальних мереж з метою нейтралізації таких висловлювань та екологізації інформаційного простору.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, практичного та теоретичних розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У вступі детально описується наукова проблема, актуальність, мета та завдання наукової роботи. Розділ 1 присвячений опису мови ворожнечі та сексизмів. У розділі 2 схарактеризовано корпус зібраних текстів соціальних мереж та проаналізовано вербальні прояви сексизму на прикладі цих текстів. Завершується робота висновками. Список використаних джерел нараховує 42 позиції. Загальний обсяг роботи – 55 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ ПРО МОВУ ВОРОЖНЕЧІ ТА СЕКСИЗМ

1.1 Природа та історія появи мови ворожнечі

Мова ворожнечі – висловлювання, що принижує особу чи осіб на підставі (передбачуваної) приналежності до соціальної групи, визначеної за такими ознаками, як раса, етнічна приналежність, стать, сексуальна орієнтація, релігія, вік, фізичні або психічні вади та інші [23].

Типова мова ворожнечі включає епітети та образи, висловлювання, що сприяють поширенню шкідливих стереотипів, а також висловлювання, спрямовані на розпалювання ненависті або насильства проти групи. США мають багату історію боротьби з різними формами дискримінації та мови ворожнечі. Наприклад, рух за громадянські права, боротьба з расизмом, сексизмом та інші соціальні рухи, які мали значний вплив на формування сучасного розуміння мови насильства. Мова ворожнечі може також включати невербальні зображення та символи. Наприклад, нацистська свастика [15], Бойовий прапор Конфедерації (Конфедеративних Штатів Америки) [35] вважаються мовою ворожнечі різними людьми і групами. Критики мови ворожнечі стверджують, що вона не лише завдає психологічної шкоди своїм жертвам і фізичної шкоди, коли підбурює до насильства, але й підриває соціальну рівність своїх жертв. Це особливо актуально, оскільки соціальні групи, які зазвичай стають об'єктами мови ворожнечі, історично страждали від соціальної маргіналізації та гноблення. Тому мова ворожнечі є викликом для сучасних ліберальних суспільств, які віддані як свободі вираження поглядів, так і соціальній рівності. Тому в цих суспільствах тривають дебати про те, чи слід регулювати або цензурувати мову ворожнечі, і якщо так, то яким чином [40].

Традиційна ліберальна позиція щодо мови ворожнечі полягає в тому, щоб дозволити її під егідою свободи вираження поглядів. Хоча прихильники цієї позиції визнають одіозний характер мови ворожнечі, вони стверджують, що державна цензура – це ліки, які завдають більше шкоди, ніж хвороба фанатичних висловлювань. Вони побоюються, що принцип цензури призведе до придушення інших непопулярних, але, тим не менш, законних висловлювань,

можливо, навіть критики уряду, яка є життєво важливою для політичного здоров'я ліберальної демократії. Вони стверджують, що найкращий спосіб протистояти мові ненависті – продемонструвати її хибність на відкритому ринку ідей [21].

Прихильники цензури зазвичай стверджують, що традиційна ліберальна позиція помилково передбачає соціальну рівність людей і груп у суспільстві та нехтує тим фактом, що існують маргіналізовані групи, які особливо вразливі до зла мови ненависті. Вони зауважують, що мова ворожнечі – це не просто вираження ідей, а скоріше ефективний засіб соціального підпорядкування своїх жертв. Спрямована проти історично пригноблених меншин, мова ворожнечі не просто ображає, але й увічніює їхнє гноблення, змушуючи жертв, нападників і суспільство в цілому засвоювати ненависні послання і діяти відповідно до них. Жертви мови ворожнечі не можуть вийти на "відкритий ринок ідей" як рівноправні учасники, щоб захистити себе, оскільки мова ворожнечі в поєднанні з ширшою системою нерівності та несправедливої дискримінації, яка обтяжує жертв, фактично змушує їх замовкнути [41].

Починаючи з 1940-х і 50-х років, різні американські правозахисні групи реагували на жорстокості Другої світової війни, виступаючи за обмеження ворожих висловлювань, націлених на групи на основі раси та релігії. Ці організації використовували груповий наклеп як правову основу для опису насильства, мови ненависті та усунення її шкоди [24]. Обговорюючи історію кримінального наклепу, вчений Джеремі Уолдрон стверджує, що ці закони допомогли «відстояти громадський порядок, не лише запобігаючи насильству, але й захищаючи від нападів спільне відчуття основних елементів статусу, гідності та репутації кожної людини, як громадянин або член суспільства з доброю репутацією» [39]. Ключова юридична перемога цієї точки зору відбулася в 1952 році, коли закон про груповий наклеп був підтверджений Верховним судом Сполучених Штатів у справі Богарне проти Іллінойсу. Однак груповий наклеп втратив позиції через зростання підтримки прав особистості в рамках руху за громадянські права протягом 60-х років. Критика законів про групову дифамацію не обмежується захисниками індивідуальних прав. Деякі

теоретики права, такі як теоретик критичної расової теорії Річард Дельгадо, підтримують законодавчі обмеження мови ненависті, але стверджують, що наклеп є надто вузькою категорією, щоб повністю протидіяти мові ненависті. Зрештою, Дельгадо виступає за юридичну стратегію, яка б встановила окремий розділ законодавства про делікти для реагування на расистські образи, посилаючись на труднощі отримання компенсації за існуючою правовою системою [26].

Хоча діють фундаментальні закони, спрямовані на захист свободи вираження поглядів, є також численні міжнародні закони, які розширюють ВДПЛ (відкриті дані про поведінку людей) і встановлюють обмеження, зокрема щодо безпеки та захисту осіб.

Комітет з ліквідації расової дискримінації (CERD) був першим, хто звернувся до розпалювання ненависті та необхідності прийняти законодавство, яке забороняє провокаційну мову.

CERD бореться з ненавистю через Міжнародну конвенцію про ліквідацію всіх форм расової дискримінації (ICERD) і контролює її виконання державами-учасницями [25].

Стаття 19(3) Міжнародного пакту про громадянські та політичні права (МПГПП) дозволяє обмеження права людини на свободу вираження поглядів лише тоді, коли це передбачено законом і коли це необхідно для захисту «прав чи репутації інших осіб» або для «захисту національної безпеки або громадського порядку (*ordre public*), або громадського здоров'я чи моралі».

Стаття 20(2) МПГПП забороняє національну, релігійну чи расову ненависть, яка підбурює до насильства, дискримінації чи ворожнечі [27].

Більшість країн, включаючи Австралію, Канаду, Данію, Францію, Німеччину, Індію, Південну Африку, Швецію, Нову Зеландію та Сполучене Королівство, мають закони, які обмежують мову ненависті. А в Сполучених Штатах, наприклад, немає законів про ворожнечу, оскільки Верховний суд США неодноразово постановляв, що вони порушують гарантію свободи слова, яка міститься в Першій поправці до Конституції США.

Закони проти мови ненависті можна розділити на два типи: ті, що спрямовані на збереження громадського порядку, і ті, які спрямовані на захист людської гідності. Закони, призначені для охорони громадського порядку, вимагають порушення вищого порогу, тому вони нечасто застосовуються. Закони, покликані захищати людську гідність, мають набагато нижчий поріг порушення, тому закони Канади, Данії, Франції, Німеччини та Нідерландів, як правило, застосовуються частіше.

Структура та характер інтернету сприяють створенню та збереженню мови ворожнечі в інтернеті. Широке використання та доступ до інтернету дає розпалювачам ненависті простий спосіб поширити своє повідомлення широкій аудиторії з невеликими витратами та зусиллями. За даними Міжнародного союзу електрозв'язку, приблизно 66% населення світу має доступ до інтернету. Крім того, псевдоанонімна природа Інтернету спонукає багатьох робити заяви, що становлять мову ненависті, чого б вони інакше не зробили б, побоюючись соціальних або реальних наслідків [11]. У той час як деякі уряди та компанії намагаються боротися з такою поведінкою, використовуючи системи справжніх імен, труднощі з онлайн-підтвердженням особи, опозиція громадськості до такої політики та сайти, які не дотримуються цієї політики, залишають багато простору для такої поведінки.

Через те, що інтернет нівелює національні кордони, комплексні державні постанови щодо ненависті в інтернеті може бути важко запровадити та забезпечити виконання. Уряди, які хочуть регулювати мову ворожнечі, сперечаються з проблемами відсутності юрисдикції та суперечливими точками зору інших країн. Першим прикладом цього є випадок Yahoo! проти La Ligue Contre Le Racisme et l'Antisemitisme, французький суд визнав Yahoo! відповідальним за те, що аукціони нацистських пам'ятних речей були видимими для громадськості. Yahoo! відмовився виконувати це рішення та зрештою домігся поправки в суді США, який визнав, що рішення не може бути виконане в США. Подібні розбіжності ускладнюють національне регулювання, і хоча існують деякі міжнародні зусилля та закони, які намагаються регулювати мову

ненависті та її присутність в Інтернеті, як і у випадку з більшістю міжнародних угод, виконання та тлумачення цих угод залежить від країни [42].

Значна частина регулювання щодо ненависті в Інтернеті здійснюється окремими компаніями добровільно. Багато великих технологічних компаній прийняли умови обслуговування, які окреслюють дозволений вміст на їхній платформі, часто забороняючи ворожнечу. Важливим кроком для цього стало те, що 31 травня 2016 року Facebook, Google, Microsoft і Twitter спільно погодилися прийняти кодекс поведінки Європейського Союзу, який зобов'язує їх переглядати «[більшість] дійсних сповіщень для видалення опублікованих незаконних висловлювань ненависті» на своїх службах протягом 24 годин. Методи, які використовують ці компанії для регулювання ненависті, включають повідомлення користувачів, позначення штучного інтелекту та ручну перевірку вмісту співробітниками. Основні пошукові системи, такі як Google Search, також налаштовують свої алгоритми, щоб спробувати придушити ненависницький вміст від появи в своїх результатах. Однак, незважаючи на ці зусилля, мова ненависті залишається постійною проблемою в Інтернеті. Згідно з дослідженням Ліги проти наклепів у 2021 році, 33% американців були об'єктами агресивних дій через особисті дані в попередньому році, і ця статистика помітно не змінилася, незважаючи на посилення саморегулювання компаній [20].

Незважаючи на те, що мова ворожнечі є поширеним явищем у багатьох аспектах життя, як публічного, так і приватного, універсально визнане визначення цього терміну досі не існує. Термін "hate speech" іноді перекладається як "мова ворожнечі" або "мова ненависті". Що стосується міжнародних визначень, то, наприклад, стаття 4 Міжнародної конвенції про ліквідацію всіх форм расової дискримінації зазначає, що держави-учасниці зобов'язані засуджувати всю пропаганду та організації, які сприяють расовій ненависті та дискримінації, та вживати заходів для їх припинення. Це включає криміналізацію расистських ідей, насильства, підбурювання та фінансування расистських дій [38].

Стаття 20 Міжнародного пакту про громадянські і політичні права вимагає заборони на виступи, що сприяють національній, расовій або релігійній ненависті, що ведуть до дискримінації чи насильства. Часто об'єктами ненависті стають особи або групи, що вважаються "іншими" за ознаками раси, етнічності, релігії тощо. "Риторика ненависті" може бути непрямом, формуючи стереотипний образ "іншого" і пропонуючи альтернативний приклад для наслідування. Мова ворожнечі не віддзеркалює об'єктивну реальність, але активно використовується для формування екстремальних негативних емоцій до певних груп або їх представників [38].

Мова ворожнечі в Україні є серйозною проблемою, що вимагає уваги на різних рівнях управління. Український уряд активно працює над розробкою та впровадженням стратегій, заснованих на рекомендаціях Ради Європи, що мають на меті зменшення проявів мови ворожнечі і підвищення толерантності в суспільстві. Ці стратегії включають законодавчі ініціативи та освітні програми, спрямовані на просвітництво серед населення про шкідливий вплив такої мови. Освітні програми передбачають проведення тренінгів, семінарів та лекцій, що допомагають зрозуміти важливість поваги та взаєморозуміння між різними групами суспільства. Це особливо важливо у контексті багатонаціональної та багатокультурної структури українського суспільства. У відповідь на проблему мови ворожнечі в Україні, урядові заходи передбачають встановлення чітких критеріїв та визначень, що дозволяють правоохоронним органам більш точно ідентифікувати і реагувати на випадки порушень. Для захисту груп, які часто стають жертвами мови ворожнечі, таких як етнічні меншини та іммігранти, розробляються спеціальні програми. Уряд України співпрацює з НДО (недержавна організації) та міжнародними партнерами для створення заходів, що підтримують і захищають ці вразливі групи, забезпечуючи їм доступ до необхідних ресурсів та юридичної підтримки. Одним з основних заходів у боротьбі з мовою ворожнечі є ухвалення міжнародних конвенцій і відповідне адаптування українського законодавства до світових стандартів. Ці заходи підтримують зобов'язання України до дотримання міжнародних норм у сфері

прав людини і важливі для участі країни в глобальних ініціативах проти мови ненависті [1].

Мова ворожнечі базується на соціальних стереотипах, упередженнях і дискримінації. Ця форма комунікації залежить від стереотипних уявлень, що члени однієї групи мають про тих, хто належить до іншої групи. Стереотипи, які формуються на базі таких категоризацій, часто мають негативний відтінок. Упередження являють собою негативне ставлення до певної групи, а дискримінація виражається у несправедливому ставленні до осіб за ознакою їхньої групової приналежності. Така дискримінація є поведінковим аспектом упереджень.

За словами ізраїльського психолога Д. Бар-Тала, делегітимізація виступає як відмова в праві бути визнаним як людина [33]. Процес цей має три складові: негативне описання, дегуманізація і зневага, і може виражатися через специфічну лексику.

Цілі мови ворожнечі не обмежуються лише етнічними чи расовими групами, але й охоплюють інвалідів, людей старшого віку, ЛГБТ+ спільноту, мігрантів і інші соціальні групи. Крім усного мовлення, мова ворожнечі також має письмову форму, яка може зустрічатися на стінах будинків чи інших публічних місцях.

Мова ворожнечі охоплює різні форми і може проявлятися в таких основних категоріях:

1. Етнічні атрибуції: підкреслення етнічної приналежності осіб у негативному контексті, що сприяє підживленню стереотипів та напруженості.
2. Маніпуляції та непідтвержені чутки: розповсюдження недостовірної інформації для формування негативних стереотипів.
3. Негативний фреймінг: використання образливої лексики або акцентування на релігійній чи національній приналежності в новинах.

Ці форми можуть включати дискримінацію за різними ознаками, включаючи стать, вік, сексуальну орієнтацію та соціальний статус, і зазвичай засуджуються в рамках правових і соціальних ініціатив [17].

1.2 Сексизм з-поміж інших видів мови ворожнечі

Гендер — це культурне та соціальне поняття, яке визначає риси особистості та поведінку, які вважаються характерними для чоловіків та жінок у суспільстві. Гендер формує очікування щодо соціальних ролей, поведінки та атрибутів, які суспільство приписує чоловікам і жінкам. Гендерна рівність означає, що кожна людина має свободу вибору в розвитку своїх здібностей без обмежень, пов'язаних з гендерними ролями і стереотипами. Це усуває подвійні стандарти і різне ставлення до людей в залежності від статі і гендерної ідентичності, і незалежно від звичайних гендерних стереотипів, у кожної людини вони свої. Таким чином, гендерна нерівність виникає, коли існують обмеження та дискримінація, пов'язані з гендерними ролями та стереотипами. Гендерні стереотипи – це спрощене уявлення про те, як повинні поводитися люди різної статі, який одяг носити і що робити. Гендерні стереотипи відображають те, що вважається характерним для більшості людей тієї чи іншої статі, без урахування індивідуальних особливостей. Вони можуть обмежувати здібності людей і впливати на їхнє ставлення і поведінку, часто засновані на застарілих або необґрунтованих переконаннях [16].

Важливі аспекти гендеру:

- соціальна конструкція: гендер не є біологічною категорією, а соціальною та культурною конструкцією, яка визначає ролі, позиції, права та обов'язки чоловіків і жінок у суспільстві;
- система влади та домінування: гендерна система фактично є системою влади та домінування в суспільстві, де різні ролі і стереотипи закріплені та підтримуються через соціальні та культурні механізми;
- мовний аспект: гендер відображається в мові через мовний сексизм, гендерні стереотипи та асиметрію. Мовні явища можуть бути засобом як відтворення, так і подолання гендерної нерівності;
- різниця між статтю та гендером: гендер відрізняється від біологічної статі, яка визначається фізичними та репродуктивними характеристиками. Натомість, гендер відноситься до соціальних ролей та поведінки, очікуваних від чоловіків та жінок.

Отже, гендер – це соціально сконструйована категорія, що включає в себе сукупність норм поведінки, соціальних ролей і культурних уявлень, пов'язаних з чоловічою та жіночою статтю, і яка значно впливає на мовну поведінку та соціальну взаємодію індивідів [6].

Сексизм – упередження чи дискримінація за ознакою статі чи гендеру, особливо стосовно жінок і дівчат. Сексизм виник одночасно з патріархатом, коли гендерні ролі стали закріплювати домінування чоловіків. Герда Лернер вважає, що патріархат та сексизм з'явилися з переходом до землеробства, коли діти стали господарським активом, а жіноча репродуктивна здатність — товаром. Термін "сексизм" вперше був використаний Полін Літ у 1965 році. Керолайн Берд популяризувала цей термін у 1968 році, визначивши його як упередження на основі статі там, де стать не має значення [4]. Сексизмом може бути переконання, що одна стать є вищою або ціннішою за іншу стать. Він накладає обмеження на те, що можуть і повинні робити чоловіки і хлопці, а також на те, що можуть і повинні робити жінки і дівчата. Концепція сексизму спочатку була сформульована, щоб підвищити свідомість про пригнічення дівчат і жінок, хоча на початку 21-го століття вона іноді була розширена, щоб включати утиски будь-якої статі, включаючи чоловіків і хлопчиків, інтерсекс людей і трансгендерів [28].

Сексизм у суспільстві найчастіше застосовується проти жінок і дівчат. Він функціонує для підтримки патріархату, або панування чоловіків, через ідеологічні та матеріальні практики окремих осіб, колективів та інституцій, які пригнічують жінок і дівчат за ознакою статі чи гендеру. Таке гноблення зазвичай приймає форми економічної експлуатації та соціального панування. Сексистська поведінка, умови та ставлення зберігають стереотипи соціальних (гендерних) ролей на основі біологічної статі. Поширена форма соціалізації, яка базується на сексистських концепціях, викладає певні наративи про традиційні гендерні ролі чоловіків і жінок. Згідно з такою точкою зору, жінки та чоловіки є протилежними, із дуже різними та взаємодоповнюючими ролями: жінки є слабкою статтю та менш здібними, ніж чоловіки, особливо у сфері логіки та раціонального міркування. Жінки віднесені до домашньої сфери виховання та

емоцій, і, відповідно до цього міркування, вони не можуть бути хорошими лідерами в бізнесі, політиці та наукових колах. Хоча жінки вважаються природно придатними для домашньої роботи та чудово вміють бути доглядальницями, їхні ролі знецінюються або взагалі не цінуються порівняно з роботою чоловіків.

Крайньою формою сексистської ідеології є мізогінія, ненависть до жінок. У суспільстві, в якому поширена мізогінія, спостерігається високий рівень жорстокості по відношенню до жінок, наприклад, у формах домашнього насильства, зґвалтувань і перетворення жінок та їхніх тіл на товар. Там, де вони розглядаються як власність або як громадяни другого сорту, жінки часто зазнають поганого поводження як на індивідуальному, так і на інституційному рівні. Наприклад, жінці, яка стала жертвою зґвалтування (індивідуальний чи особистий рівень), суддя та присяжні (інституційний рівень) можуть сказати, що вона винна через те, як вона була одягнена.

У постмодерністському суспільстві, такому як сьогоднішнє, державна влада, здається, займається питанням гендерної рівності, і передбачається, що воно існує в суспільстві загалом. Кроки до гендерної рівності та свободи жінок нібито кинули виклик гегемонії патріархальної системи. Тим не менш, ми зберігаємо переконання, що гендерна нерівність все ще значною мірою зберігається і часто проявляється у повторюваному насильстві щодо жінок. На жаль, таке насильство спостерігається у все молодшому віці, навіть серед підлітків. Ця реальність спонукала провести дане дослідження.

Сексизм – це складене явище, яке є частиною гендерної диференціації між чоловіками та жінками. Це має особливо негативні наслідки для жінок і для всіх, хто відходить від панівної маскулінності. Сексизм сам по собі містить набір переконань щодо поваги до встановлених гендерних ролей. Це має дуже негативні наслідки для психічного здоров'я жінок і зміцнює їхнє підпорядкування чоловікам. Нюанси цього можна дослідити через концепцію амбівалентного сексизму [10], який складається з маскулінного домінування та представлений через ворожість і взаємозалежність. З цієї точки зору амбівалентний сексизм має два компоненти, а саме ворожий сексизм і

доброзичливий сексизм. Ворожий сексизм стосується гендерної ідеології, яка є прямою дискримінацією та насильством щодо жінок. Він має три фундаментальні фактори. Перший — чоловічий патерналізм щодо жінок у сенсі домінування через переконання, що жінки — слабка стать відносно чоловіків. Другий фактор стосується конкурентної гендерної диференціації, згідно з якою існує переконання, що жінки не можуть брати на себе відповідальність за важливі питання, такі як питання економічного чи соціального характеру, так само, як чоловіки. Останній фактор стосується гетеросексуальної ворожості та передбачає, що жінки становлять небезпеку та маніпулятивну силу для чоловіків. З іншого боку, ми знаходимо те, що називається доброзичливим сексизмом. Ця ідеологія передбачає тонку гендерну дискримінацію та характеризується такими факторами: патерналізм, комплементарна гендерна диференціація та цисгендерна гетеронормативна близькість. Перший проявляється в цьому типі сексизму з точки зору захисту, тоді як другий фактор відноситься до позитивних характеристик, які доповнюють чоловіка і, рівною мірою, позначають гендерні відмінності нібито логічним чином. Остання, цисгендерна гетеронормативна інтимність походить від переконання, що чоловік неповноцінний без жінки [22].

Не тільки у підлітковому віці можна спостерігати, як амбівалентний сексизм передається через соціальні мережі. Це відбувається кількома способами, наприклад, у письмовій формі за допомогою хештегів, лайків, відеоігор, музики та зображень, на додаток до виразних інструментальних засобів, перш за все через мобільні телефони. Проте, у підлітковому середовищі цей тип сексизму через соціальні мережі набуває особливих характеристик у зв'язку зі швидким і прямим розповсюдженням матеріалу, який швидко стає вірусним у групах підлітків. З іншого боку, анонімність, яку пропонують соціальні мережі, означає, що їх можна використовувати для сприяння більш насильницьким формам сексизму щодо жінок. Тенденція до аудіовізуальних уподобань серед молодих людей як форми вираження в соціальних мережах, наприклад, за допомогою фотографій чи відео, показує, що жінки представляють такі образи більш сексуально. Це відбувається у віртуальних

повсякденних практиках, відомих як секстинг, і відображає сексизм щодо жінок і ризик, який представляє такий тип практики. Викликає занепокоєння те, що такі практики все частіше зустрічаються в соціальних мережах, особливо серед жінок. З цієї причини важливо поглибити знання про цю хвилюючу та актуальну проблему, яка особливо впливає на емоційний стан та здоров'я молодих жінок. Метою цієї роботи було спостерігати за тим, як амбівалентний сексизм проявляється через соціальні мережі як у чоловіків, так і у жінок, ситуація, яка, як було показано, особливо впливає на емоційне здоров'я жінок.

У сучасному світі гендерні дослідження вже давно набули статусу наукової дисципліни в американських і європейських університетах. Наприклад, дослідження жіночих проблем стали частиною освітніх і дослідницьких програм у США, Франції, Великій Британії, Канаді та інших країнах. У свою чергу наукові дослідження та вивчення гендеру в академічних колах в Україні почалися лише у 1990-х роках. З досвіду відомих дослідників можна зробити висновок, що гендерні проблеми в Україні мають свої особливості.

Стереотип – це спосіб ідентифікації та розуміння об'єкта чи ситуації без прийняття власних рішень, відповідальності та думки, а фактично інтертекстуальне відсилання до архаїчних, переважно атавістичних штампів. Приховане ставлення психіки полягає в тому, щоб вірити і приймати, перш ніж знати і перевіряти це на власному досвіді. Феномен стереотипів як факторів патогенного змісту пояснюється кількома факторами. Перш за все, чималу роль відіграє необізнаність пересічних громадян. Для більшості українців проблема гендеру незрозуміла, оскільки вони просто ніколи не чули про соціальний гендер. Друга причина – старі моделі «радянського» бачення інституту сім'ї та чітких ролей жінки та чоловіка. Крім того, в Україні представники ЗМІ використовують спотворення моралі та релігії для маніпуляцій. Штучна мораль існує, зокрема, по відношенню до жінок та ЛГБТ. Окремим пунктом є виховання дітей за традиційними зразками, що зафіксовано в народній педагогіці та фольклорі. Те, що потім назавжди залишається токсичним шаром у свідомості дорослої людини.

Яскравим прикладом є різна позиція щодо сімейного життя та ставлення до нього жінок і чоловіків, яке їм нав'язує суспільство. Так вони вчать дівчат бути стриманими, скромними, неамбїтними, поважати інститут сім'ї, а хлопчиків – навпаки. Це свідчить лише про основні особливості гендерної нерівності в Україні. Насамперед, соціальні мережі та реклама підживлюють феномен гендерних стереотипів [19].

Гендерні стереотипи найяскравіше проявляються в рекламі, де жінка виконує три-чотири найпоширеніші стереотипні ролі. Зазвичай товари для дітей і дитяче харчування рекламує тільки жінка-мама, начебто роль тата не має значення. Жінка-дружина та жінка-домогосподарка рекламують продукти харчування, побутові миючі засоби та техніку. А реклама косметики, парфумів, засобів по догляду за волоссям, ювелірних виробів тощо демонструє стереотип «жінка має бути красивою». Рекламні слогани товарів для чоловіків виглядають красномовно і контрастно, вони мають абсолютно різне значення.

Дискримінація може бути прямою та непрямую. Пряма дискримінація відбувається, коли намірено обмежують права особи або групи, наприклад, коли кандидата відхиляють на основі національності чи коли житлові комплекси не продають квартири особам певного походження. Непряма дискримінація має місце, коли зовнішньо нейтральні політики або заходи ставлять осіб певних груп в невідгідне становище, як у випадку з політикою найму, що виключає людей за зовнішнім виглядом, який може відображати релігійні переконання.

Гендерні стереотипи залишаються однією з ключових проблем сучасного суспільства. Українська дослідниця С. Оксамитна визначає ці стереотипи як загальноприйняті уявлення про ролі чоловіків і жінок. Ці стереотипи формують очікування від поведінки осіб залежно від їхньої статі і часто приписують людям певні характеристики, засновуючись лише на їх гендері. Вони є основною причиною гендерної дискримінації [8].

На законодавчому рівні, згідно з Конституцією України та законом про забезпечення рівних прав і можливостей для чоловіків і жінок, права обох статей офіційно захищені однаково. Проте на практиці при працевлаштуванні

часто віддають перевагу чоловікам, вважаючи їх "менш емоційними і більш надійними", що є прикладом дискримінації de facto.

А. Костовська у своєму дослідженні виокремлює п'ять основних способів, якими медіа дискримінують жінок: акцент на вік та зовнішність, нерівний доступ до експертних коментарів, зосередження на приватному житті, зображення жінок як "слабкої статі", та рідкісне використання фемінітивів. Це сприяє об'єктивації жінок, тобто їхньому сприйняттю як об'єктів, а не суб'єктів соціальних процесів [7].

У суспільній свідомості історично утвердилися міцні уявлення про те, якими повинні бути чоловіки та жінки, що відображено в гендерних стереотипах. Ці стереотипи, що містять емоційно забарвлені уявлення про поведінку, мотиви та цінності обох статей, глибоко вкорінені у гендерних ролях, які кожне суспільство закріплює через свою гендерну систему. Навіть у XXI столітті, хоча багато з цих стереотипів вважаються застарілими, сексизм у суспільстві все ще існує.

Згідно з О. Рубаном, утримання гендерних стереотипів підтримується колективною пам'яттю, яка живиться різними світоглядними вченнями, метою яких є підтримка панівної соціальної системи. Це продовжується навіть тоді, коли така система більше не сприяє гармонійному розвитку суспільства, а лише підтримує статус. Внаслідок цього в суспільстві зберігається недовіра до здатності жінок займатися великими справами нарівні з чоловіками, а успішні жінки часто сприймаються як виняток, а не правило. Традиційні уявлення про жіночі ролі, такі як мати, дружина та домогосподарка, продовжують домінувати, роблячи будь-які інші прагнення жінок менш важливими [12].

Стереотипи маскулінності та фемінінності визначають традиційно приписувані чоловікам та жінкам риси. До маскулінних рис належать інтелект, раціональність, незалежність, активність, сила, авторитетність, стриманість емоцій, схильність до ризику, прагнення до досягнень. Фемініні риси включають емоційність, сприйняття як слабкості, м'якість, консервативність, турботливість, практичність, інтуїтивність, комунікабельність, емпатію, чутливість. Ці

стереотипи часто не відповідають реальності і можуть бути дуже стійкими до змін.

Стереотипи про гендерні ролі є важливою проблемою сучасного суспільства, за словами української дослідниці С. Оксамитної. Вони визначають очікування від осіб залежно від їх статі та сприяють гендерній дискримінації, яка ґрунтується на перевагах, що приписуються одній групі над іншою. Сексизм у ЗМІ та рекламі виражається через зображення людей як сексуальних об'єктів та упередження, що обмежують свободу вибору [55].

Сексистські матеріали часто включають знецінення професійних досягнень жінок, підтримують традиційні ролі та об'єктифікують жінок, відтак дискримінуючи їх за гендерною ознакою. Важливо відмітити, що люди будь-якої статі можуть зіткнутися з гендерними стереотипами. Гендерний стереотип передбачає сформовані уявлення про те, які професії або ролі вважаються прийнятними для чоловіків та жінок, а також закорінені погляди на характеристики, вважані типовими для кожної статі. Боротьба з цими стереотипами є глобально актуальною через їхній вплив на дискримінацію, коли вважається, що жінки мають займатися домашнім господарством та вихованням дітей, а чоловіки — бути головними годувальниками сім'ї, що заважає повазі до прав людини. Права людини є фундаментальними свободами та юридичними можливостями, які кожна особа отримує з моменту народження і які не можуть бути втрачені, оскільки вони є невід'ємними. Включають право на особисту недоторканність, свободу пересування, повагу до гідності та свободу особистого розвитку. Також визначено непряму дискримінацію як ситуацію, де особи або групи осіб ставляться гірше за інших в аналогічних обставинах без законного обґрунтування [3].

Непряма дискримінація, особливо проти жінок, часто виявляється в робочому середовищі. Наприклад, під час співбесіди жінкам можуть ставити питання про особисте та сімейне життя, вважаючи, що в майбутньому вони вийдуть заміж, матимуть дітей і підуть у декрет, що вважається фінансово не вигідним для роботодавців. Це робить доведення непрямої дискримінації та притягнення до відповідальності осіб, що дискримінують, складним завданням.

Гендерні стереотипи — це уявлення про те, які посади повинні займати жінки та чоловіки і які якості притаманні кожній статі. Ця проблема є актуальною у всьому світі, оскільки обмежені очікування досягнень осіб за їх статтю призводять до гендерної дискримінації. Наприклад, відомий кулінар Ектор Хіменес-Браво розповів, що в дитинстві він хотів покінчити життя самогубством через тиск свого батька, який не вважав його справжнім чоловіком. Такі ситуації є досить поширеними [2].

Також спостерігається дискримінація щодо жінок, які відхиляються від усталених гендерних ролей. Наприклад, рух *childfree*, який відстоює право жінок приймати рішення про материнство, може сприйматися негативно суспільством, навіть якщо це не впливає на інших людей [18].

Соціальні мережі активно використовують фотографії жінок з підкресленням їхньої зовнішності та порівнянням їх тіл з їжею, що підтримує стереотипи щодо краси та жіночності. Така сексуальна об'єктивація спрямована на підтвердження стереотипу про те, що жінка повинна бути красивою та привабливою для чоловіків, що підтримує традиційні гендерні ролі. Крім того, у рекламі та моді ідеалізоване жіноче тіло регулярно піддається ретуші, що створює нереалістичні стандарти краси. Це може призводити до комплексів і невпевненості у собі, а також сприяти розвитку розладів харчової поведінки серед жінок, у тому числі анорексії та депресії [14].

Висновок до розділу 1

Дослідження мови ворожнечі виявило її складну природу, глибоке коріння в історичних, соціальних та культурних контекстах, а також її шкідливі наслідки для окремих осіб і суспільства в цілому. Мова ворожнечі, яка включає расистські, сексистські, гомофобні та інші дискримінаційні висловлювання, спрямована на приниження та маргіналізацію певних груп. Вона створює вороже середовище, що сприяє соціальному нерівності та насильству.

Історія мови ворожнечі показує, що вона не є новим явищем. Вона існувала протягом століть і змінювала свої форми залежно від історичного контексту. Від нацистської свастики до сучасних онлайн-інструментів, мова

ворожнечі використовувалася як засіб підпорядкування та дискримінації. Сексизм є однією з форм мови ворожнечі, яка має глибоке коріння в патріархальних структурах суспільства. Він проявляється через гендерні стереотипи, упередження та дискримінацію, які обмежують можливості жінок і дівчат. Попри певні досягнення у боротьбі за гендерну рівність, сексизм залишається поширеним явищем, особливо в контексті сучасних соціальних мереж, де він набуває нових форм і викликів.

Дослідження показали, що мова ворожнечі не тільки спричиняє психологічну шкоду, але й підриває соціальну рівність та справедливість. Вона сприяє увічненню стереотипів і дискримінаційних практик, що обмежує можливості жертв вийти на рівні умови для самозахисту. Для боротьби з мовою ворожнечі необхідні комплексні підходи, які включають як правові механізми, так і освітні ініціативи. Міжнародні та національні закони, спрямовані на обмеження мови ворожнечі, а також ініціативи технологічних компаній щодо регулювання контенту в інтернеті, є важливими кроками на шляху до створення безпечнішого та більш рівноправного суспільства.

Загалом, розуміння природи та історії мови ворожнечі, сексизму як одного з її проявів, її соціальних наслідків та ефективних методів протидії є ключовими для формування інклюзивного та справедливого суспільства, де кожна людина має право на гідність та повагу.

РОЗДІЛ 2: СЕКСИЗМ У ТЕКСТАХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

У цьому розділі ми виконаємо практичне дослідження впливу сексистських висловлювань у соціальних мережах на формування гендерних стереотипів. Ми розглянемо, як мова в соцмережах може відображати та посилювати дискримінаційні погляди, зокрема через лінгвістичний аналіз власного корпусу текстів.

2.1 Огляд корпусу зібраних текстів

Для збору корпусу текстів було створено спеціалізований Telegram-канал, на якому публікувалися тексти, що містять сексистські висловлювання. Джерелами для збору даних слугували інші Telegram-канали, а також публікації на просторах інтернету та в соціальних мережах Facebook та Instagram. Вибірка включала 124 текстові повідомлення, відібрані за критеріями наявності сексистських маркерів. Для викачування та аналізу даних з каналу я використала бібліотеку Telethon[37] у Python[30], яка дозволяє взаємодіяти з Телеграм API. Це дозволило нам автоматизувати процес збору повідомлень і подальшого їх аналізу.

Технічні аспекти збору даних:

1. *Налаштування середовища:* для початку потрібно було встановити необхідні бібліотеки: `pip install telethon pytz`, бібліотека Telethon – це асинхронна Python бібліотека, що дозволяє легко працювати з Telegram API. Бібліотека Pytz [32] – для роботи з часовими зонами, що дозволить коректно обробляти часові позначки повідомлень. Бібліотека os[31] в Python надає функції для взаємодії з операційною системою. Вона дозволяє виконувати операції, пов'язані з файловою системою, такі як створення, видалення файлів та директорій, а також отримання інформації про файлові шляхи, директорії та змінні оточення. Окрім того, ця бібліотека допомагає управляти процесами та отримувати інформацію про операційну систему. Бібліотека re в Python надає інструменти для роботи з регулярними виразами. Вона дозволяє створювати регулярні

вирази для пошуку, заміни, або розділення рядків за визначеними шаблонами. Ця бібліотека є могутнім інструментом для обробки тексту, що дозволяє виконувати складні пошуки та маніпуляції з рядками.

2. *Ініціалізація клієнта:* для використання API Telegram, необхідно отримати `api_id` та `api_hash` на сайті my.telegram.org, де ми повинні були авторизуватися під своїм номером телефону і створити новий додаток. Створення клієнта Telethon з використанням API ID, API Hash та імені користувача для підключення до Телеграм:

```
api_id = '...'
api_hash = '...'
username = 'viktorrkka'
phone_number = '+380636976676'
client = telethon.TelegramClient(username, api_id, api_hash)
```

3. *Підключення до Телеграму:* запустити клієнта та авторизуватися, що зазвичай вимагає введення коду, який ми отримали у Telegram:

```
async def main():
    await client.start()
    print("Connected to Telegram.")
```

4. *Доступ до каналу:* потрібно отримати доступ до каналу. Це можна зробити, використовуючи URL або назву каналу:

```
channel_name = "https://t.me/somethinggoeswrongwithyou"
channel_entity = await client.get_entity(channel_name)
print(f"Got channel entity: {channel_entity.title}")
```

5. *Збір повідомлень:* збір повідомлень з каналу з визначенням початкового ідентифікатора для викачування. Використання ліміту для кількості повідомлень, які завантажуються за один раз:

```
local_tz = timezone('Europe/Kiev')
limit = 100 # Кількість повідомлень для завантаження за один раз
total_messages = 0 # Лічильник загальної кількості повідомлень
all_msgs = await client.get_messages(channel_entity, limit=1)
total_messages = all_msgs.total
```


- *Текст*: власне текст повідомлення. Наприклад: *ми вважаємо, що жінка-міністр оборони взагалі зараз не буде сприйнята суспільством, тому що суспільство не звикло...*
- *Назва*: унікальне ім'я файлу, у форматі "message_x.txt", де x — номер повідомлення.
- *Джерело*: зазначає джерело інформації або платформу, з якої було взято повідомлення. Приклади: "TCH", "INSTAMANІЯ"
- *Дата*: У форматі: 2024-05-08.
- *Міркування*: класифікація тексту за наявності сексистських висловлювань. Аналітичні коментарі, висновки щодо контенту, включають ідентифікацію основних тем, таких як гомофобія чи сексизм. Приклад: Текст містить елементи гомофобії.

Первинний аналіз корпусу дозволив ідентифікувати ключові теми, які часто зустрічаються у сексистських висловлюваннях, включно зі стереотипними припущеннями про роль чоловіків та жінок в суспільстві, зневажливим ставленням до жінок, а також використанням мови, що об'єктивізує жінок. Виявлені патерни допоможуть у подальшій детальній квалітативній та кількісній обробці даних.

Ця частина роботи створює основу для глибшого аналізу взаємозв'язку між сексистськими висловлюваннями у соціальних мережах та їх впливом на формування гендерних стереотипів. Використання автоматизованих інструментів для збору та аналізу даних забезпечує високу точність і об'єктивність дослідження.

2.2. Квалітативний та кількісний аналіз корпусу

У цій частині роботи ми здійснили квалітативний аналіз корпусу, що показав через які теми та за допомогою яких моделей найчастіше виявляється сексизм в досліджуваних текстах.

Символічне насильство та сексизм – багато записів натякають на тонкі, часто ігноровані форми дискримінації, які нормалізують сексизм. Наприклад,

очікування, що секретарі повинні бути жінками і дотримуватися певного дрес-коду: *успішні жінки повинні дотримуватися строгого дрес-коду, щоб бути сприйнятими серйозно*, що підсилює ідею про те, що цінність жінок полягає у їхньому вигляді та підлеглості.

Мова мінімізації – мова, яка мінімізує досягнення або здібності жінок, є поширеною. Фрази на кшталт *як для жінки, ти чудово впоралася* не тільки знижують значення досягнень, але й поширюють переконання, що жінки за своєю природою менш здатні. Ця риторична стратегія є формою символічного насильства, яка тонко визначає гендерні ролі.

Медіа та реклама – зображення жінок у ролях, які підкреслюють домогосподарство та естетику, наприклад, *з новою пральною машиною siemens, ваша дружина завжди буде задоволена, а ви — спокійні. Тепер вона зможе швидко та легко виконувати свої обов'язки*. Поширюють традиційні гендерні ролі. Використання жінок для "продажу" продуктів за допомогою їх фізичного вигляду подальше об'єктивує їх, підсилюючи гендерні стереотипи.

Протидія медійним нарративам – існують випадки, коли реакція на такі зображення призводить до публічних кампаній або рухів у соціальних медіа. Ці реакції часто використовують ті ж платформи, що поширюють стереотипи, для їх виклику та обговорення, що вказує на конфліктне поле бою за гендерні наративи. Наприклад, *дати задню вирішила піцерія Mister Cat, пост якої у Facebook супроводжувався написом: «Кажуть, дівчата з великим ротом досягають більшого успіху в житті... Напевно тому, що можуть осилити величезний шматок піци. Або як?»*. Цей пост викликав обурення серед користувачів соціальних мереж, які вважали його сексистським і дискримінаційним. У відповідь на це, користувачі почали активно обговорювати питання гендерної дискримінації в рекламі та закликали до бойкоту піцерії.

Записи в соціальних мережах часто служать точками збору для обговорення та демонтажу сексизму. Хештеги та онлайн-кампанії, такі як ті, що реагують на сексистські зауваження публічних осіб, використовують широке охоплення для швидкої підтримки та підвищення обізнаності. Наприклад, *що*

ти як дівчинка/баба... Мені здається дивним, що стать може використовуватись як образа. #сексизм #гендернарівність, що часто використовується для знецінення або приниження когось, підкреслюючи стереотипи про слабкість або некомпетентність жінок.

Діалог та освіта – соціальні мережі також функціонують як простір для освіти та діалогу, де можна вирішувати непорозуміння та проводити більш тонкі обговорення гендерної рівності. Вони забезпечують платформу для маргіналізованих голосів та дозволяють ділитися різноманітними точками зору. Наприклад, *військовослужбовця Луна поділилася тим, з чим зіткнулася у військкоматі: — Тоді в кабінетах крутили носами, чмокали губами, бо впала як сніг на голову. ... Вона прорвалася лише тому, що мене "просили". Військовослужбовця з ТРО Єлена Лотра каже: - Є люди, яких не взяли до ТРО з тих чи інших причин. Вони сидять, нічого не роблять і іноді кажуть: "Ось чому дівчина в армії? Нас не взяли, а вас взяли". Жінки діляться своїм досвідом сексизму в ЗСУ в соціальних мережах і подкастах, наприклад, на YouTube-каналі *Феміністична майстерня*.*

Детальний огляд корпусу показує, що хоча сексизм та гендерні стереотипи глибоко вкорінені у різних аспектах суспільства, існує значний та зростаючий спротив цим нормам. За допомогою мереж, реклами, публічного дискурсу, а особливо через соціальні мережі, як поширення, так і виклики сексизму динамічно представлені. Аналіз свідчить, що продовження адвокації, освіти та відкритого діалогу є вирішальними для значущих змін у напрямку гендерної рівності. Ці висновки є важливими для розробки стратегій, які підтримують гендерну адвокацію, реформи політики та ширші культурні зміни, спрямовані на руйнування системних гендерних упереджень.

Наступним кроком нашого дослідження став кількісний аналіз корпусу. За допомогою програмного коду ми уклали частотний словник. Код виконує аналіз текстового корпусу, створюючи частотний словник, який відображає найчастіше вживані слова в текстах. Він використовує бібліотеку `spacy` для обробки тексту, бібліотеку `pandas` для роботи з даними з Excel файлу, бібліотеку `collections.Counter` – це клас з бібліотеки стандартних колекцій Python, який

дозволяє підраховувати кількість елементів у послідовності. Він зручний для підрахунку частоти елементів. String - це бібліотека, яка надає корисні константи та функції для роботи з рядками.

Наступним етапом було завантаження моделі spacy, якщо модель uk_core_news_sm для української мови не знайдена, вона завантажується автоматично:

```
try:  
nlp = spacy.load('uk_core_news_sm')  
except OSError:  
from spacy.cli import download  
download('uk_core_news_sm')  
nlp = spacy.load('uk_core_news_sm')
```

Функція для завантаження даних з Excel завантажує дані з вказаного файлу та повертає DataFrame:

```
def load_data(file_path):  
try:  
data = pd.read_excel(file_path)  
return data  
except Exception as e:  
print(f"Error loading the data: {e}")  
return None
```

Функція для створення частотного словника: збирає всі тексти в одну рядок, токенизує текст за допомогою spacy, фільтрує стоп-слова, пунктуацію та пробіли, підраховує частоту кожного слова та створює словник:

```
def create_frequency_dictionary(data, text_column):  
if data is not None and text_column in data.columns:  
all_texts = ' '.join(data[text_column].dropna()).lower()  
doc = nlp(all_texts)  
tokens = [token.text for token in doc if not token.is_stop and not token.is_punct and  
not token.is_space]  
frequency_dict = Counter(tokens)
```

```

return frequency_dict
else:
print(f"Column {text_column} not found in the data.")
return None

```

Наступним кроком є головна функція для запуску аналізу: частина коду, яка допомагає та завантажує дані з файлу, створює частотний словник, виводить 10 найпоширеніших слів:

```

def main():
file_path = '/Users/viktorka/Downloads/корпус.xlsx'
text_column = 'Текст'
data = load_data(file_path)
frequency_dict = create_frequency_dictionary(data, text_column)
if frequency_dict is not None:
print("Top 10 most common words:")
for word, freq in frequency_dict.most_common(10):
print(f"{word}: {freq}")
if name == "__main__":
main()

```

Повний код розташований в Додатку 2. Частотний словник

На основі результатів коду, який був виконаний з колонки “Текст”, можна зробити певні висновки про частоту вживання слів.

10 найпоширеніших слів у корпусі:

1. жінки: 59
2. лгбт: 51
3. жінок: 38
4. українці: 26
5. жінка: 25
6. лгбт+: 22
7. чоловіків: 20
8. дослідження: 18
9. військових: 17

10.прав: 15

Аналіз тематичних категорій:

Часте вживання слів *жінки, жінок, жінка* вказує на те, що велика частина текстів присвячена питанням, пов'язаним із жінками. Також аналіз показує, що важливою темою для обговорення є зосередження уваги на рівноправності статей, жіночих правах або соціальних проблемах, які впливають на жінок. Частота слова *чоловік* у текстах, які обговорюють гендерні питання, підкреслює, що ця тематика залучає обидві статі, стосується не лише жінок. Гендерна рівність і дослідження охоплюють розгляд питань, що є специфічними для чоловічого досвіду в суспільстві, а також звертають увагу на те, які гендерні стереотипи і норми впливають на чоловіків. Окрім цього, часте вживання слова *військових* може свідчити про обговорення військових або ролі військових у суспільстві у наш час. Лексема *право* вказує на правові аспекти, які можуть бути пов'язані з правами людини або гендерною рівністю.

На основі результатів коду, який був виконаний з колонки “Міркування”, можна зробити такий кількісний аналіз текстового корпусу:

10 найпоширеніших слів:

1. гендерний: 45
2. стереотип: 45
3. гендерна: 45
4. нерівність: 45
5. текст: 42
6. містить: 42
7. елементи: 38
8. ставлення: 37
9. гомофобії: 34
10. спільноти: 34

Аналіз тематичних категорій:

Гендерні питання: слова *гендерний, гендерна та нерівність* вказують на значний акцент на темі гендерної нерівності та стереотипів у текстах.

Стереотипи: часте вживання слова *стереотип* підкреслює, що в текстах обговорюються гендерні стереотипи та їхній вплив.

Тексти та зміст: слова *текст* та *містить* вказують на аналіз змісту текстів та їхні елементи.

Ставлення та гомофобія: слова *ставлення* та *гомофобії* свідчать про увагу до питань ставлення до гомофобії в суспільстві.

Спільноти: слово *спільноти* вказує на обговорення ролі різних спільнот у контексті гендерних питань та гомофобії.

Отже, у цій частині роботи ми здійснили квалітативний та кількісний аналізи корпусу текстів. Результати показали, що основними темами текстів, які містять сексистські висловлювання, є гендерні питання, нерівність та стереотипи. Ці теми підкреслюють важливість обговорення гендерних питань у суспільстві. Детальний огляд корпусу показує, що сексизми та гендерні стереотипи залишаються глибоко вкоріненими явищами на просторах інтернету та у соціальних мережах.

2.3 Мовні засоби вираження сексизму в соціальних мережах

На основі аналізу текстового корпусу можна виділити кілька основних груп сексистських висловлювань, їх форми вираження та причини використання у соціальних мережах. У статті “Сексизм – практика дискримінації” [13] було виділено такі типи:

- Звуження сфер та способів жіночої самореалізації переважно до приватної сфери та так званих «жіночих» видів зайнятості. За нашим корпусом можна навести приклад: *жінки можуть чогось досягнути лише у чотири способи: чоловік, коханець, батько, брат, жінки створені, аби доглядати дітей та чоловіків, та я проти того, аби всі мали права, особливо — жінки. Також Микита Василенко впевнений в тому, що журналістика — це не жіноча професія, про що також відкрито говорив студентам та студенткам на своїх лекціях.*

- Обмеження можливостей особистісного та професійного зростання. За нашим корпусом можна навести приклад: *жінки за кермом — це завжди привід для сміху.*
- Жорсткіші вимоги та приписи щодо жіночої моральності і поведінки. За нашим корпусом можна навести приклад: *... яка просто «зла на себе та увесь світ», у неї неголені ноги та характерна для чоловіків поведінка...*
- Підвищені естетичні вимоги до жіночої зовнішності. За нашим корпусом можна навести приклад: *ти ж дівчина, ще і така молода маєш виглядати доглянутою.*
- Контроль над жіночим тілом і сексуальністю. За нашим корпусом можна навести приклад: *вони сказали — будь леді. Не будь занадто товстою. Не будь занадто худю. Їж з апетитом. Не їж так швидко. Схудни. Перестань стільки їсти. О, Боже, ти виглядаєш, як скелет. Чому ти нічого не їси? Ти виглядаєш хворою. З'їж бургер. Будь легкою. Будь мініатюрною.*
- Гіперболізація жіночих репродуктивних функцій та покладання на жінок виняткової відповідальності за догляд і виховання дітей. За нашим корпусом можна навести приклад: *головний герой працює детективом, а його дружина вдома готує і виховує дітей.*
- Закріплення за жінками ряду сімейно-побутових обов'язків. За нашим корпусом можна навести приклад: *кохання – це якщо ми живемо разом, то ти готуєш, прибираєш і робиш усю хатню роботу.*

Було зроблено семантичний аналіз для корпусу сексистських текстів. Тексти часто включають негативні конотації, що підкреслюють негативне ставлення до певних груп, наприклад: *кухня – найкраще місце для жінок*, фраза несе в собі негативні конотації щодо гендерних ролей, маючи на увазі, що місце жінки обмежується домашніми обставинами, що вважається образливим і застарілим.

Використання метафор і порівнянь для підсилення негативного враження: публікація Instagram, де порівнюють жінок, що беруть участь у військових діях, з дітьми та собаками. Це використання порівнянь не тільки зневажає жінок,

але й підсилює стереотипні уявлення про їх нібито меншу придатність до серйозних і важливих завдань, таких як військова служба.

Використання контрастів для порівняння позитивного образу однієї групи з негативним образом іншої. За нашим корпусом можна навести приклад: *жінка – фея, що дбає про чистоту вдома та обирає тільки перевірені миючі засоби...* *Чоловік – підкорювач жіночих сердець, який обирає найкращі парфуми та завойовує усіх жінок навколо...* Цей текст використовує контраст між стереотипним зображенням жінок як домогосподарок, які зосереджені на догляді за домом, і чоловіків як підкорювачем жіночих сердець. Це створює негативне зображення жінок як обмежених домашнім простором та позитивне зображення чоловіків як активних, успішних і незалежних у зовнішньому світі.

Прямий сексизм включає в себе зневажливі висловлювання та використання принизливих термінів щодо жінок або феміністок. Наприклад, використання лексеми *проститутки* як образливого висловлювання є прямим сексизмом, оскільки це слово використовується для зниження соціальної цінності жінок та феміністок, приписуючи їм низькі моральні якості без об'єктивних підстав. За нашим корпусом можна навести приклад: *я не дівчина, щоб змусити мене щось робити.* Цей текст демонструє прямий сексизм, оскільки використовує статеву приналежність як засіб для зображення слабкості або нездатності. Таке використання поняття *дівчина* для підкреслення відмінностей у здатностях або поведінці є прямим сексизмом.

Підкреслення меншовартості жінок можна знайти у коментарі з реклами *Domino's*, який стверджує: *кухня – найкраще місце для жінок.* Це висловлювання підкреслює стереотипну думку, що жінки повинні обмежуватися домашньою сферою та не придатні для професійної чи громадської діяльності за межами дому. Воно передає упереджене ставлення, згідно з яким чоловіки краще підходять для "важливіших" сфер життя, а жінки – лише для підтримки домашнього затишку. Такі висловлювання підтримують структурну дискримінацію, обмежуючи жінок у можливостях обрати різноманітні професійні та особисті шляхи.

Підтримку патріархальних цінностей можна побачити в коментарях військового з позивним «Бот», який радив жінці, яка хотіла служити у бригаді, варити борщ замість того, щоб брати участь у бойових діях. Він висловився про війну як про «чоловічий світ», ідеалізуючи уявлення про те, що жінки повинні обмежуватись домашньою роллю і не втручатись у такі сфери, як військова служба. Цей випадок ілюструє типовий патріархальний погляд, який обмежує можливості жінок та підтримує традиційні стереотипи про гендерні ролі. Знецінення досягнень жінок відбувається, коли їхні успіхи, вклад або роль у суспільстві мінімізуються або пояснюються не їхніми зусиллями та компетенціями, а зовнішніми факторами, такими як вигляд або відносини з чоловіками. Це зміщене ставлення може обмежувати визнання жіночих досягнень та сприяти підтримці гендерних стереотипів. Приклад з текстів можна побачити в ставленні до Юлії Світличної, колишньої голови Харківської ОДА. Її заслуги і професійні досягнення були затьмарені зосередженням уваги на її віці та кольорі волосся. ЗМІ акцентували увагу на тому, що вона 32-річна блондинка, що може створити враження, ніби її призначення було зумовлене не професіоналізмом чи кваліфікаціями, а віковими та візуальними характеристиками. Це підкреслює зменшення значущості її професійних досягнень та ролі в управлінні регіоном, спрощуючи її внесок до стереотипних характеристик.

Прихований сексизм – це такі висловлювання, які на перший погляд здаються підтримувальними чи позитивними щодо жінок, але насправді містять знецінення чи стереотипні погляди. Це може проявлятися у вигляді компліментів, які несвідомо підкреслюють меншовартість жінок або їхню залежність від чоловіків, непрямо підтверджуючи гендерні стереотипи. Один із прикладів такого прихованого сексизму: *як для жінки, ти чудово впоралася*. Цей коментар звучить як похвала, але він водночас містить умовність, що успіх є неочікуваним або незвичним для жінок у певній сфері. Таке висловлювання підтримує уявлення про те, що стандарти для жінок нижчі або що жінки зазвичай не здатні досягати високих результатів.

Маніпуляція громадською думкою та формування уявлення про підтримку жінок – це рекламні кампанії, які використовуються для зміцнення стереотипів під виглядом підтримки жінок. Наприклад, *реклама українського МОЗ під час пандемії коронавірусу COVID-19, де було представлено жінку, що займається домашньою роботою, а чоловіка – який проходить онлайн-курси*. Хоча реклама мала на меті заохочувати залишатися вдома під час пандемії, вона одночасно підтримувала стереотипи про гендерні ролі: жінки як домогосподарки та чоловіки як особи, що займаються освітою або професійним розвитком. Це викликало невдоволення в суспільстві, оскільки таке зображення спрощує ролі жінок і чоловіків, ігноруючи реальну потребу в гендерній рівності у всіх аспектах життя.

Гомофобія та сексизм часто перетинаються, коли образливі висловлювання чи стереотипи спрямовані одночасно проти ЛГБТ-спільноти та жінок чи чоловіків, засновані на традиційних уявленнях про гендерні ролі. Це може включати в себе використання гомофобних висловлювань, які також підсилюють гендерні стереотипи. Один з прикладів з текстів, де гомофобія перетинається з сексизмом: *Мені не подобаються п*дари*, – це висловлювання було сказано під час нападу на блогера Ніколоса Карму. Цей коментар виявляє не тільки гомофобію але й сексизм, оскільки він використовується для зневаження через приписування гомосексуальності як негативної риси, що нібито зменшує "справжність" або "правильність" чоловічої гендерної ідентичності.

Формою дискримінації є й відкидання фемінітивів. Дискримінації у цьому випадку проявляється у негативному ставленні до використання жіночих професійних назв та інших граматичних форм, що відображають стать. Фемінітиви – це слова, які мають спеціальні закінчення або форми для позначення жіночої статі. Вони важливі для визнання жінок в професійних та соціальних ролях, де традиційно домінують чоловіки. Приклад негативного ставлення до фемінітивів: *феміністки знову почали свої ідіотські вимоги*. Це висловлювання демонструє відкидання ідеї гендерної рівності у мові, що часто маскується під критику фемінізму або феміністичних ініціатив.

Окрім цього, за допомогою коду мені вдалось зробити лінгвістичний аналіз корпусу на морфологічному рівні. Функція для лінгвістичного аналізу:

```
def linguistic_analysis(text_column):
    all_texts = ''.join(data[text_column].dropna()).lower()
    doc = nlp(all_texts)
    # Токенізація та видалення стоп-слів, пунктуації і пробілів
    tokens = [token.text for token in doc if not token.is_stop and not token.is_punct
and not token.is_space]
    # Частинно-мовний аналіз
    pos_counts = Counter([token.pos_ for token in doc])
    print("\nРозподіл частин мови:")
    for pos, count in pos_counts.items():
        print(f"{pos}: {count}")
    # Візуалізація частотного розподілу слів
    plt.figure(figsize=(15, 7))
    plt.bar(frequency_dict.keys(), frequency_dict.values())
    plt.title("Частотний розподіл слів")
    plt.xlabel("Слова")
    plt.ylabel("Частота")
    plt.xticks(rotation=90)
    plt.show()
# Аналіз біграм (послідовностей з двох слів)
    bigrams = [f"{token.text} {doc[i + 1].text}" for i, token in enumerate(doc[:-1]) if
not token.is_stop and not token.is_punct and not doc[i + 1].is_stop and not doc[i +
1].is_punct]
    bigram_freq = Counter(bigrams)
    print("\nТоп-10 найпоширеніших біграм:")
    for bigram, freq in bigram_freq.most_common(10):
        print(f"{bigram}: {freq}")
    # Візуалізація біграм
    plt.figure(figsize=(15, 7))
```

```
plt.bar(bigram_freq.keys(), bigram_freq.values())
plt.title('Частотний розподіл біграм')
plt.xlabel('Біграми')
plt.ylabel('Частота')
plt.xticks(rotation=90)
plt.show()
```

Виконання лінгвістичного аналізу

```
linguistic_analysis('Текст')
```

Результат роботи коду:

Розподіл частин мови:

NOUN (іменники): 3355

Ми виявили, що в текстах часто використовуються іменники для позначення груп та явищ (наприклад: *жінки, чоловіки, фемінітиви, гомофобія*), що здебільшого відображає та підсилює гендерні стереотипи та дискримінаційні уявлення. Іменники *жінки* і *чоловіки* нерідко вживаються в контекстах, які підкреслюють традиційні гендерні ролі та очікування. Наприклад, жінок можуть зображувати як переважно відповідальних за домогосподарські обов'язки, а чоловіків — як основних годувальників та рішучих лідерів. За нашим корпусом можна навести приклад: *розділення чоловічих та жіночих ролей за принципом берегиня та мисливець. На основі цього формуються уявлення про розподіл сімейних обов'язків: нібито головний обов'язок жінки – народжувати дітей та організовувати побут, а чоловік, в свою чергу, має забезпечувати родину грошима, їжею.*

VERB (дієслова): 1381

Також часто зустрічаються дієслова, які описують дії та поведінку (наприклад, *дбає, порівнюють, зневажають*). Дієслово *дбає* часто вживається у контексті жіночих ролей, підкріплюючи стереотип, що жінки повинні бути турботливими. За нашим корпусом можна навести приклад: *справжній чоловік завжди дбає про свою жінку, а вона забезпечує затишок в домі.*

ADJ (прикметники): 1091

Окрім цього, значна кількість прикметників, які несуть негативне значення, використовуються для опису цих груп та явищ (наприклад, *слабка, жіночна, неприйнятний*). Прикметники підкріплюють традиційні гендерні стереотипи. Наприклад, *слабка* часто асоціюється з жінками, що підтримує уявлення про їх меншу силу чи компетентність порівняно з чоловіками. *Жіночна* використовується для створення та підтримки стереотипів про те, що деякі професії або ролі є "непідходящими" або "невластивими" для жінок. Такий підхід може суттєво впливати на сприйняття жінок у професійних сферах і обмежувати їхні можливості для кар'єрного розвитку та самореалізації. Приклад з нашого корпусу: *журналістика — це не жіночна професія, про що також відкрито говорив студентам та студенткам на своїх лекціях.*

Аналіз біграм дозволяє виявити типові словосполучення в текстах, що дає змогу зрозуміти основні теми та контексти, в яких вживаються слова. Наведемо приклади найпоширеніших біграм, оскільки їх аналіз може бути специфічним для контексту:

успішні жінки: часто вживається у зв'язку з темами, пов'язаними з гендерною рівністю, або описом ролі жінок у різних сферах життя. Можна навести приклад з корпусу: *успішні жінки повинні дотримуватися строгого дрес-коду, щоб бути сприйнятими серйозно.*

чоловіки і жінки: використовується для опису ролі чоловіків, порівняння з жінками або у контексті обговорення гендерних ролей. Приклад з нашого корпусу: *чоловіки і жінки повинні мати рівні можливості.*

гендерна рівність: ключове словосполучення у текстах, що обговорюють питання рівності між статями та подолання дискримінації. Приклад з нашого корпусу: *гендерна рівність є важливим аспектом соціальної справедливості.*

права людини: використовується в контексті обговорення основних прав і свобод, зокрема і прав жінок. Наприклад, *права людини повинні захищатися незалежно від статі чи сексуальної орієнтації.*

Повний код розташований в Додатку 3. Лінгвістичний аналіз корпусу

Висновки до розділу 2

Дослідження текстового корпусу сексистських висловлювань у соціальних мережах дозволило виявити та класифікувати різні типи сексизму. Серед основних проявів сексизму було виявлено: обмеження жіночих можливостей для самореалізації, стереотипні вимоги до поведінки та зовнішності жінок, а також гіперболізація їхніх репродуктивних функцій та домашніх обов'язків.

Лінгвістичний аналіз підкреслив використання найчастотніших лексем, особливо іменників та дієслів, що посилюють гендерні стереотипи, і показав, як мова може сприяти зміцненню традиційних гендерних ролей. Аналіз зібраних текстів засвідчив, що сексистські висловлювання не лише відображають, але й підтримують структурну дискримінацію, обмежуючи жінок у виборі професійних та особистих шляхів.

Це дослідження вказує на важливість продовження моніторингу та аналізу гендерних стереотипів у медіа та соціальних мережах. Виявлення та критичний аналіз таких висловлювань є ключовим для ефективних стратегій протидії сексизму з метою створення більш рівноправного та інклюзивного суспільства.

ВИСНОВКИ

У ході кваліфікаційної роботи ми створили корпус сексистських текстів та здійснили дослідження сексизмів у соціальних мережах. Основною метою нашої роботи було виявлення мовних проявів сексизму.

Проаналізований у роботі теоретичний матеріал дає нам можливість зробити висновки, що мова ворожнечі, включаючи расистські, сексистські, гомофобні висловлювання, сприяє маргіналізації певних груп і створює вороже середовище. Вона має довгу історію та різноманітні форми, що змінювалися залежно від історичного контексту. Сексизм, як одна з форм мови ворожнечі, сягає корінням патріархальних традицій і проявляється через гендерні стереотипи. Ми виявили, що сексизм залишається актуальним, особливо у соціальних мережах, де набуває нових форм і виявів. Мова ворожнечі впливає на психологічний стан осіб та підриває соціальну рівність і справедливість. Важливість розуміння її природи, соціальних наслідків та ефективних методів протидії є ключовим для створення інклюзивного та справедливого суспільства.

Під час практичного опрацювання матеріалу було здійснено дослідження корпусу сексистських текстів, що дало змогу робити такі висновки: основні прояви сексизму, які були виявлені, включають обмеження можливостей жінок для самореалізації, стереотипні вимоги до їх поведінки та зовнішності, а також непропорційне підкреслення їх репродуктивних функцій і домашніх обов'язків. Сексистські висловлювання не лише відображають наявну структурну дискримінацію, але й активно підтримують її, обмежуючи жінок у їх професійних і особистих амбіціях. Окрім цього, вивчення текстів показало, що сексистські висловлювання часто містять ідеї про “природні ролі” жінок, що обмежують їхнє сприйняття як професіоналів у різних сферах. Лінгвістичний аналіз виявив, що вживання певних іменників, дієслів та прикметників у сексистському контексті формує очікування, що жінки повинні відповідати певним стандартам краси та поведінки. Це не тільки зміцнює гендерні стереотипи, але й сприяє психологічному тиску на жінок, впливаючи на їхнє самооцінку і психічне здоров'я. Наше дослідження також підкреслило, що у багатьох сексистських висловлюваннях основна увага приділяється ролі жінок

як матерів і домогосподарок, майже ігноруючи їхні професійні аспекти та інші інтереси. Таке упереджене ставлення може створити перешкоди для жінок, які прагнуть до кар'єри та особистісного зростання поза домашнім простором.

Це дослідження відкриває шлях для глибшого розуміння механізмів, через які сексистські висловлювання впливають на жіноче сприйняття і поведінку в суспільстві. Воно також підкреслює важливість активної участі всіх представників суспільства в боротьбі проти гендерної дискримінації для досягнення справедливішого і рівноправнішого світу, а ще увиразнює важливість мови як засобу висловлення мови ворожнечі, зокрема сексизму, з одного боку, та як інструмента протидії такій поведінці, з іншого боку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз національних заходів протидії мові ворожнечі в Україні [Електронний ресурс] // Рада Європи. – 2022. – Режим доступу до ресурсу:
<https://rm.coe.int/report-hate-speech-ukraine-ukr-14-01-2022/1680a52e7d>.
2. Ектор Хіменес-Браво зізнався про драму у своїй родині [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу:
<https://www.rbc.ua/ukr/stylar/ektor-himenes-bravo-priznalsya-drame-svoey-1637390815.html>.
3. Закон України про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу:
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5207-17#Text>.
4. Історія сексизму: виникнення явища й еволюція терміну [Електронний ресурс]. – 2024. – Режим доступу до ресурсу:
<https://genderindetail.org.ua/library/suspilstvo/istoriya-sexizmu-viniknennya-y-avischa-y-evolyutsiya-terminu.html>.
5. Кісь О. Жінка в українському історичному наративі: автори, ідеї, образи (друга половина XIX – перша третина XX ст.) [Електронний ресурс] / Оксана Кісь. – 2010. – Режим доступу до ресурсу:
https://uamoderna.com/images/archiv/19/um_19_kis.pdf.
6. Кокнова Т.А. Сутність категорії «гендер» та її вплив на мовну поведінку індивіда [Електронний ресурс] / Кокнова Т.А., Овчарова Л.А. // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка № 2 (325). – 2019. – Режим доступу до ресурсу:
<http://dSPACE.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/4452/Koknova%2C%20Ovcharova.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
7. Костовська А. П'ять різновидів дискримінації жінок у ЗМІ [Електронний ресурс] / Костовська. – 2017. – Режим доступу до ресурсу:
http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21D

[BN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/zukm_2017_24%282%29_8.pdf.](#)

8. Лакофф Р. Language and Woman's Place [Електронний ресурс] / Робін Лакофф. – 1975. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/F66DB3D1BB878CDD68B9A79A25B67DE6/S0047404500000051a.pdf/div-class-title-language-and-woman-s-place-div.pdf>.
9. Марценюк Т. Гендер для медіа [Електронний ресурс] / Тамара Марценюк. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://ua.boell.org/sites/default/files/gender_dlya_medii_2017.pdf.
10. Оксамитна С. Гендерні ролі та стереотипи [Електронний ресурс] / С. Оксамитна. – 2004. – Режим доступу до ресурсу: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/7b701ceb-ff3f-4ee3-bdac-503f3f120376/content>.
11. Прекрасна третина. Жінки і чоловіки в матеріалах українських медіа (інфографіка) [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://imi.org.ua/monitorings/zhinky-i-choloviky-v-ukrayinskyh-media-spilne-doslidzhennya-imi-ta-dm-i37976>.
12. Рубан О. Гендерне-рольове питання в сучасному українському суспільстві: світоглядний аспект [Електронний ресурс] / О. Рубан. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://dspace.onua.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6226d7d5-95e8-4017-893f-b63b2dc702ab/content>.
13. Сексизм - практика дискримінації [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://gendermuseum.com/сексизм-практика-дискримінації/>.
14. Сексизм у засобах масової інформації як різновид дискримінації [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://jurfem.com.ua/sexism-u-zasobah-masovoi-informacii/>
15. Символи ненависті [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу:

https://www.helsinki.org.ua/wp-content/uploads/2021/02/Prev-Hate_Symbols_A4.pdf

16. Стaть i гeндeр [Eлeктpoнний pecypc] – Peжим дocтyпy дo pecypcy: <http://multycourse.com.ua/ua/page/18/96>.
17. Cyспiльнo-пoлiтичний вимiр прoтидii мoвi вopoжнeчi (нeтeрпимocтi) в Укpaїнi [Eлeктpoнний pecypc] – Peжим дocтyпy дo pecypcy: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2016-12/mova-8e1e2.pdf>.
18. Чaйлдфpi пo-укpaїнcьки: життя для ceбe чи бiднiсть? [Eлeктpoнний pecypc]. – 2021. – Peжим дocтyпy дo pecypcy: <https://rubryka.com/article/childfree-ukrainian/>.
19. Шaмoнoвa O. Cтepeoтипи: чoмy вaжливo з ними бopотися [Eлeктpoнний pecypc] / Oкcaнa Шaмoнoвa. – 2020. – Peжим дocтyпy дo pecypcy: <https://life.pravda.com.ua/columns/2020/10/17/242716/>.
20. Fighting illegal online hate speech: first assessment of the new code of conduct [Eлeктpoнний pecypc]. – 2016. – Peжим дocтyпy дo pecypcy: <https://ec.europa.eu/newsroom/just/items/50840>.
21. Freedom of Expression - ACLU Position Paper [Eлeктpoнний pecypc]. – 1997. – Peжим дocтyпy дo pecypcy: <https://www.aclu.org/documents/freedom-expression-aclu-position-paper>.
22. Glick, P., & Fiske, S. T. (2001). An ambivalent alliance: Hostile and benevolent sexism as complementary justifications for gender inequality. [Eлeктpoнний pecypc] – Peжим дocтyпy дo pecypcy: https://www.researchgate.net/publication/12053318_An_Ambivalent_Alliance.
23. Hate speech [Eлeктpoнний pecypc]. – 2015. – Peжим дocтyпy дo pecypcy: <https://www.coe.int/en/web/european-commission-against-racism-and-intolerance/recommendation-no.15>
24. Hate speech [Eлeктpoнний pecypc]. – 2024. – Peжим дocтyпy дo pecypcy: https://en.wikipedia.org/wiki/Hate_speech.
25. International Convention on the Elimination of All Forms of Racial Discrimination [Eлeктpoнний pecypc]. – 2024. – Peжим дocтyпy дo pecypcy:

https://en.wikipedia.org/wiki/International_Convention_on_the_Elimination_of_All_Forms_of_Racial_Discrimination.

26. International Covenant on Civil and Political Rights [Электронный ресурс]. – 1977. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.refworld.org/legal/agreements/unga/1966/en/17703>.
27. John R. Vile. Beauharnais v. Illinois [Электронный ресурс] / John R. Vile. – 1952. – Режим доступа до ресурсу: <https://firstamendment.mtsu.edu/article/beauharnais-v-illinois/>.
28. Masequesmay G. Sexism sociology [Электронный ресурс] / Gina Masequesmay. – 2024. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.britannica.com/topic/Cannon-v-University-of-Chicago>.
29. Oakley A. Gender, Methodology and People's Ways of Knowing: Some Problems with Feminism and the Paradigm Debate in Social Science [Электронный ресурс] / Ann Oakley. – 1998. – Режим доступа до ресурсу: <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/0038038598032004005>.
30. Python [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://freehost.com.ua/ukr/faq/wiki/chto-takoe-jazik-programmirovanija-pytho>
[n/](https://freehost.com.ua/ukr/faq/wiki/chto-takoe-jazik-programmirovanija-pytho).
31. Python | os.system() method [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.geeksforgeeks.org/python-os-system-method/>.
32. Pytz 2024.1 [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://pypi.org/project/pytz/>.
33. Review of “The Oxford Handbook of Intergroup Conflict” [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://jspp.psychopen.eu/index.php/jspp/article/view/4739/4739.html>.
34. Schneider C. Integrating Critical Race Theory and Postmodernism Implications of Race, Class, and Gender [Электронный ресурс] / Christopher Schneider. – 2003. – Режим доступа до ресурсу: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=aad4b38827049ad6139d752aa71122c850308962>.

35. Taking Down the Confederate Flag [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.facinghistory.org/resource-library/taking-down-confederate-flag>.
36. Tannen D. You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation [Электронный ресурс] / Deborah Tannen. – 2007. – Режим доступа до ресурсу: <https://drdouggreen.com/wp-content/You-Understand.pdf>.
37. Telethon's Documentation [Электронный ресурс]. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <https://docs.telethon.dev/en/stable/>.
38. The International Convention on the Elimination of all forms of racial discrimination [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа до ресурсу: https://legal.un.org/avl/pdf/ha/cerd/cerd_e.pdf.
39. Waldron on the regulation of hate speech [Электронный ресурс] // Chicago public law and legal theory working paper no. 398. – 2012. – Режим доступа до ресурсу: https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1372&context=public_law_and_legal_theory.
40. Why Hate Speech Damages the Public [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-superhuman-mind/201903/why-hate-speech-damages-the-public>.
41. William M. Curtis. Hate speech [Электронный ресурс] / William M. Curtis. – 2024. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.britannica.com/topic/hate-speech>.
42. Yahoo! Inc. v. La Ligue Contre Le Racisme [Электронный ресурс]. – 2001. – Режим доступа до ресурсу: <https://law.justia.com/cases/federal/district-courts/FSupp2/145/1168/2421483/>.

ДОДАТКИ

```
import telethon
from pytz import timezone
import datetime
import os
import re

api_id = '...'
api_hash = '...'
username = 'viktorrkka'
phone_number = '+380636976676'
client = telethon.TelegramClient(username, api_id, api_hash)

async def main():
    await client.start()
    print("Connected to Telegram.")

    channel_name = "https://t.me/somethinggoeswrongwithyou"
    channel_entity = await client.get_entity(channel_name)
    print(f"Got channel entity: {channel_entity.title}")

    local_tz = timezone('Europe/Kiev')
    limit = 100 # Кількість повідомлень для завантаження за один раз
    total_messages = 0 # Лічильник загальної кількості повідомлень

    all_msgs = await client.get_messages(channel_entity, limit=1)
    total_messages = all_msgs.total

    print(f"Total messages to fetch: {total_messages}")

    offset_id = 0 # Початковий ідентифікатор для завантаження
    повідомлень

    while total_messages > 0:
        print(f"Fetching messages with offset_id={offset_id}")
        msgs = await client.get_messages(channel_entity, limit=limit,
            offset_id=offset_id)

        if not msgs:
            print("No more messages found.")
            break

        for msg in msgs:
            if msg.message:
                date = msg.date.astimezone(local_tz)
                cleaned_message = re.sub(
                    r'[\U0001F600-\U0001F64F\U0001F300-\U0001F5FF\U0001F680-\U0001F6FF
                    \U0001F1E0-\U0001F1FF\U00002500-\U00002BEF\U00002702-\U000027B0\U0
                    00024C2-\U0001F251\U0001f926-\U0001f937\U00010000-\U0010ffff\u2640
                    -\u2642\u2600-\u2B55\u200d\u23cf\u23e9\u231a\u201c\u201d\u201e\u201f\u2020-\u202f\u2030-\u2039\u203A\u203B\u203C\u203D\u203E\u203F\u2040-\u204F\u2050-\u205F\u2060-\u206F\u2070-\u207F\u2080-\u208F\u2090-\u209F\u20A0-\u20AF\u20B0-\u20BF\u20C0-\u20CF\u20D0-\u20DF\u20E0-\u20EF\u20F0-\u20FF\u2100-\u210F\u2110-\u211F\u2120-\u212F\u2130-\u213F\u2140-\u214F\u2150-\u215F\u2160-\u216F\u2170-\u217F\u2180-\u218F\u2190-\u219F\u21A0-\u21AF\u21B0-\u21BF\u21C0-\u21CF\u21D0-\u21DF\u21E0-\u21EF\u21F0-\u21FF\u2200-\u220F\u2210-\u221F\u2220-\u222F\u2230-\u223F\u2240-\u224F\u2250-\u225F\u2260-\u226F\u2270-\u227F\u2280-\u228F\u2290-\u229F\u22A0-\u22AF\u22B0-\u22BF\u22C0-\u22CF\u22D0-\u22DF\u22E0-\u22EF\u22F0-\u22FF\u2300-\u230F\u2310-\u231F\u2320-\u232F\u2330-\u233F\u2340-\u234F\u2350-\u235F\u2360-\u236F\u2370-\u237F\u2380-\u238F\u2390-\u239F\u23A0-\u23AF\u23B0-\u23BF\u23C0-\u23CF\u23D0-\u23DF\u23E0-\u23EF\u23F0-\u23FF\u2400-\u240F\u2410-\u241F\u2420-\u242F\u2430-\u243F\u2440-\u244F\u2450-\u245F\u2460-\u246F\u2470-\u247F\u2480-\u248F\u2490-\u249F\u24A0-\u24AF\u24B0-\u24BF\u24C0-\u24CF\u24D0-\u24DF\u24E0-\u24EF\u24F0-\u24FF\u2500-\u250F\u2510-\u251F\u2520-\u252F\u2530-\u253F\u2540-\u254F\u2550-\u255F\u2560-\u256F\u2570-\u257F\u2580-\u258F\u2590-\u259F\u25A0-\u25AF\u25B0-\u25BF\u25C0-\u25CF\u25D0-\u25DF\u25E0-\u25EF\u25F0-\u25FF\u2600-\u260F\u2610-\u261F\u2620-\u262F\u2630-\u263F\u2640-\u264F\u2650-\u265F\u2660-\u266F\u2670-\u267F\u2680-\u268F\u2690-\u269F\u26A0-\u26AF\u26B0-\u26BF\u26C0-\u26CF\u26D0-\u26DF\u26E0-\u26EF\u26F0-\u26FF\u2700-\u270F\u2710-\u271F\u2720-\u272F\u2730-\u273F\u2740-\u274F\u2750-\u275F\u2760-\u276F\u2770-\u277F\u2780-\u278F\u2790-\u279F\u27A0-\u27AF\u27B0-\u27BF\u27C0-\u27CF\u27D0-\u27DF\u27E0-\u27EF\u27F0-\u27FF\u2800-\u280F\u2810-\u281F\u2820-\u282F\u2830-\u283F\u2840-\u284F\u2850-\u285F\u2860-\u286F\u2870-\u287F\u2880-\u288F\u2890-\u289F\u28A0-\u28AF\u28B0-\u28BF\u28C0-\u28CF\u28D0-\u28DF\u28E0-\u28EF\u28F0-\u28FF\u2900-\u290F\u2910-\u291F\u2920-\u292F\u2930-\u293F\u2940-\u294F\u2950-\u295F\u2960-\u296F\u2970-\u297F\u2980-\u298F\u2990-\u299F\u29A0-\u29AF\u29B0-\u29BF\u29C0-\u29CF\u29D0-\u29DF\u29E0-\u29EF\u29F0-\u29FF\u2A00-\u2A0F\u2A10-\u2A1F\u2A20-\u2A2F\u2A30-\u2A3F\u2A40-\u2A4F\u2A50-\u2A5F\u2A60-\u2A6F\u2A70-\u2A7F\u2A80-\u2A8F\u2A90-\u2A9F\u2AA0-\u2AAF\u2AB0-\u2ABF\u2AC0-\u2ACF\u2AD0-\u2ADF\u2AE0-\u2AEF\u2AF0-\u2AFF\u2B00-\u2B0F\u2B10-\u2B1F\u2B20-\u2B2F\u2B30-\u2B3F\u2B40-\u2B4F\u2B50-\u2B5F\u2B60-\u2B6F\u2B70-\u2B7F\u2B80-\u2B8F\u2B90-\u2B9F\u2BA0-\u2BAF\u2BB0-\u2BBF\u2BC0-\u2BCF\u2BD0-\u2BDF\u2BE0-\u2BEF\u2BF0-\u2BFF\u2C00-\u2C0F\u2C10-\u2C1F\u2C20-\u2C2F\u2C30-\u2C3F\u2C40-\u2C4F\u2C50-\u2C5F\u2C60-\u2C6F\u2C70-\u2C7F\u2C80-\u2C8F\u2C90-\u2C9F\u2CA0-\u2CAF\u2CB0-\u2CBF\u2CC0-\u2CCF\u2CD0-\u2CDF\u2CE0-\u2CEF\u2CF0-\u2CFF\u2D00-\u2D0F\u2D10-\u2D1F\u2D20-\u2D2F\u2D30-\u2D3F\u2D40-\u2D4F\u2D50-\u2D5F\u2D60-\u2D6F\u2D70-\u2D7F\u2D80-\u2D8F\u2D90-\u2D9F\u2DA0-\u2DAF\u2DB0-\u2DBF\u2DC0-\u2DCF\u2DD0-\u2DDF\u2DE0-\u2DEF\u2DF0-\u2DFF\u2E00-\u2E0F\u2E10-\u2E1F\u2E20-\u2E2F\u2E30-\u2E3F\u2E40-\u2E4F\u2E50-\u2E5F\u2E60-\u2E6F\u2E70-\u2E7F\u2E80-\u2E8F\u2E90-\u2E9F\u2EA0-\u2EAF\u2EB0-\u2EBF\u2EC0-\u2ECF\u2ED0-\u2EDF\u2EE0-\u2EEF\u2EF0-\u2EFF\u2F00-\u2F0F\u2F10-\u2F1F\u2F20-\u2F2F\u2F30-\u2F3F\u2F40-\u2F4F\u2F50-\u2F5F\u2F60-\u2F6F\u2F70-\u2F7F\u2F80-\u2F8F\u2F90-\u2F9F\u2FA0-\u2FAF\u2FB0-\u2FBF\u2FC0-\u2FCF\u2FD0-\u2PDF\u2FE0-\u2FEF\u2FF0-\u2FFF\u3000-\u300F\u3010-\u301F\u3020-\u302F\u3030-\u303F\u3040-\u304F\u3050-\u305F\u3060-\u306F\u3070-\u307F\u3080-\u308F\u3090-\u309F\u30A0-\u30AF\u30B0-\u30BF\u30C0-\u30CF\u30D0-\u30DF\u30E0-\u30EF\u30F0-\u30FF\u3100-\u310F\u3110-\u311F\u3120-\u312F\u3130-\u313F\u3140-\u314F\u3150-\u315F\u3160-\u316F\u3170-\u317F\u3180-\u318F\u3190-\u319F\u31A0-\u31AF\u31B0-\u31BF\u31C0-\u31CF\u31D0-\u31DF\u31E0-\u31EF\u31F0-\u31FF\u3200-\u320F\u3210-\u321F\u3220-\u322F\u3230-\u323F\u3240-\u324F\u3250-\u325F\u3260-\u326F\u3270-\u327F\u3280-\u328F\u3290-\u329F\u32A0-\u32AF\u32B0-\u32BF\u32C0-\u32CF\u32D0-\u32DF\u32E0-\u32EF\u32F0-\u32FF\u3300-\u330F\u3310-\u331F\u3320-\u332F\u3330-\u333F\u3340-\u334F\u3350-\u335F\u3360-\u336F\u3370-\u337F\u3380-\u338F\u3390-\u339F\u33A0-\u33AF\u33B0-\u33BF\u33C0-\u33CF\u33D0-\u33DF\u33E0-\u33EF\u33F0-\u33FF\u3400-\u340F\u3410-\u341F\u3420-\u342F\u3430-\u343F\u3440-\u344F\u3450-\u345F\u3460-\u346F\u3470-\u347F\u3480-\u348F\u3490-\u349F\u34A0-\u34AF\u34B0-\u34BF\u34C0-\u34CF\u34D0-\u34DF\u34E0-\u34EF\u34F0-\u34FF\u3500-\u350F\u3510-\u351F\u3520-\u352F\u3530-\u353F\u3540-\u354F\u3550-\u355F\u3560-\u356F\u3570-\u357F\u3580-\u358F\u3590-\u359F\u35A0-\u35AF\u35B0-\u35BF\u35C0-\u35CF\u35D0-\u35DF\u35E0-\u35EF\u35F0-\u35FF\u3600-\u360F\u3610-\u361F\u3620-\u362F\u3630-\u363F\u3640-\u364F\u3650-\u365F\u3660-\u366F\u3670-\u367F\u3680-\u368F\u3690-\u369F\u36A0-\u36AF\u36B0-\u36BF\u36C0-\u36CF\u36D0-\u36DF\u36E0-\u36EF\u36F0-\u36FF\u3700-\u370F\u3710-\u371F\u3720-\u372F\u3730-\u373F\u3740-\u374F\u3750-\u375F\u3760-\u376F\u3770-\u377F\u3780-\u378F\u3790-\u379F\u37A0-\u37AF\u37B0-\u37BF\u37C0-\u37CF\u37D0-\u37DF\u37E0-\u37EF\u37F0-\u37FF\u3800-\u380F\u3810-\u381F\u3820-\u382F\u3830-\u383F\u3840-\u384F\u3850-\u385F\u3860-\u386F\u3870-\u387F\u3880-\u388F\u3890-\u389F\u38A0-\u38AF\u38B0-\u38BF\u38C0-\u38CF\u38D0-\u38DF\u38E0-\u38EF\u38F0-\u38FF\u3900-\u390F\u3910-\u391F\u3920-\u392F\u3930-\u393F\u3940-\u394F\u3950-\u395F\u3960-\u396F\u3970-\u397F\u3980-\u398F\u3990-\u399F\u39A0-\u39AF\u39B0-\u39BF\u39C0-\u39CF\u39D0-\u39DF\u39E0-\u39EF\u39F0-\u39FF\u3A00-\u3A0F\u3A10-\u3A1F\u3A20-\u3A2F\u3A30-\u3A3F\u3A40-\u3A4F\u3A50-\u3A5F\u3A60-\u3A6F\u3A70-\u3A7F\u3A80-\u3A8F\u3A90-\u3A9F\u3AA0-\u3AAF\u3AB0-\u3ABF\u3AC0-\u3ACF\u3AD0-\u3ADF\u3AE0-\u3AEF\u3AF0-\u3AFF\u3B00-\u3B0F\u3B10-\u3B1F\u3B20-\u3B2F\u3B30-\u3B3F\u3B40-\u3B4F\u3B50-\u3B5F\u3B60-\u3B6F\u3B70-\u3B7F\u3B80-\u3B8F\u3B90-\u3B9F\u3BA0-\u3BAF\u3BB0-\u3BBF\u3BC0-\u3BCF\u3BD0-\u3BDF\u3BE0-\u3BEF\u3BF0-\u3BFF\u3C00-\u3C0F\u3C10-\u3C1F\u3C20-\u3C2F\u3C30-\u3C3F\u3C40-\u3C4F\u3C50-\u3C5F\u3C60-\u3C6F\u3C70-\u3C7F\u3C80-\u3C8F\u3C90-\u3C9F\u3CA0-\u3CAF\u3CB0-\u3CBF\u3CC0-\u3CCF\u3CD0-\u3CDF\u3CE0-\u3CEF\u3CF0-\u3CFF\u3D00-\u3D0F\u3D10-\u3D1F\u3D20-\u3D2F\u3D30-\u3D3F\u3D40-\u3D4F\u3D50-\u3D5F\u3D60-\u3D6F\u3D70-\u3D7F\u3D80-\u3D8F\u3D90-\u3D9F\u3DA0-\u3DAF\u3DB0-\u3DBF\u3DC0-\u3DCF\u3DD0-\u3DDF\u3DE0-\u3DEF\u3DF0-\u3DFF\u3E00-\u3E0F\u3E10-\u3E1F\u3E20-\u3E2F\u3E30-\u3E3F\u3E40-\u3E4F\u3E50-\u3E5F\u3E60-\u3E6F\u3E70-\u3E7F\u3E80-\u3E8F\u3E90-\u3E9F\u3EA0-\u3EAF\u3EB0-\u3EBF\u3EC0-\u3ECF\u3ED0-\u3EDF\u3EE0-\u3EEF\u3EF0-\u3EFF\u3F00-\u3F0F\u3F10-\u3F1F\u3F20-\u3F2F\u3F30-\u3F3F\u3F40-\u3F4F\u3F50-\u3F5F\u3F60-\u3F6F\u3F70-\u3F7F\u3F80-\u3F8F\u3F90-\u3F9F\u3FA0-\u3FAF\u3FB0-\u3FBF\u3FC0-\u3FCF\u3FD0-\u3PDF\u3FE0-\u3FEF\u3FF0-\u3FFF\u4000-\u400F\u4010-\u401F\u4020-\u402F\u4030-\u403F\u4040-\u404F\u4050-\u405F\u4060-\u406F\u4070-\u407F\u4080-\u408F\u4090-\u409F\u40A0-\u40AF\u40B0-\u40BF\u40C0-\u40CF\u40D0-\u40DF\u40E0-\u40EF\u40F0-\u40FF\u4100-\u410F\u4110-\u411F\u4120-\u412F\u4130-\u413F\u4140-\u414F\u4150-\u415F\u4160-\u416F\u4170-\u417F\u4180-\u418F\u4190-\u419F\u41A0-\u41AF\u41B0-\u41BF\u41C0-\u41CF\u41D0-\u41DF\u41E0-\u41EF\u41F0-\u41FF\u4200-\u420F\u4210-\u421F\u4220-\u422F\u4230-\u423F\u4240-\u424F\u4250-\u425F\u4260-\u426F\u4270-\u427F\u4280-\u428F\u4290-\u429F\u42A0-\u42AF\u42B0-\u42BF\u42C0-\u42CF\u42D0-\u42DF\u42E0-\u42EF\u42F0-\u42FF\u4300-\u430F\u4310-\u431F\u4320-\u432F\u4330-\u433F\u4340-\u434F\u4350-\u435F\u4360-\u436F\u4370-\u437F\u4380-\u438F\u4390-\u439F\u43A0-\u43AF\u43B0-\u43BF\u43C0-\u43CF\u43D0-\u43DF\u43E0-\u43EF\u43F0-\u43FF\u4400-\u440F\u4410-\u441F\u4420-\u442F\u4430-\u443F\u4440-\u444F\u4450-\u445F\u4460-\u446F\u4470-\u447F\u4480-\u448F\u4490-\u449F\u44A0-\u44AF\u44B0-\u44BF\u44C0-\u44CF\u44D0-\u44DF\u44E0-\u44EF\u44F0-\u44FF\u4500-\u450F\u4510-\u451F\u4520-\u452F\u4530-\u453F\u4540-\u454F\u4550-\u455F\u4560-\u456F\u4570-\u457F\u4580-\u458F\u4590-\u459F\u45A0-\u45AF\u45B0-\u45BF\u45C0-\u45CF\u45D0-\u45DF\u45E0-\u45EF\u45F0-\u45FF\u4600-\u460F\u4610-\u461F\u4620-\u462F\u4630-\u463F\u4640-\u464F\u4650-\u465F\u4660-\u466F\u4670-\u467F\u4680-\u468F\u4690-\u469F\u46A0-\u46AF\u46B0-\u46BF\u46C0-\u46CF\u46D0-\u46DF\u46E0-\u46EF\u46F0-\u46FF\u4700-\u470F\u4710-\u471F\u4720-\u472F\u4730-\u473F\u4740-\u474F\u4750-\u475F\u4760-\u476F\u4770-\u477F\u4780-\u478F\u4790-\u479F\u47A0-\u47AF\u47B0-\u47BF\u47C0-\u47CF\u47D0-\u47DF\u47E0-\u47EF\u47F0-\u47FF\u4800-\u480F\u4810-\u481F\u4820-\u482F\u4830-\u483F\u4840-\u484F\u4850-\u485F\u4860-\u486F\u4870-\u487F\u4880-\u488F\u4890-\u489F\u48A0-\u48AF\u48B0-\u48BF\u48C0-\u48CF\u48D0-\u48DF\u48E0-\u48EF\u48F0-\u48FF\u4900-\u490F\u4910-\u491F\u4920-\u492F\u4930-\u493F\u4940-\u494F\u4950-\u495F\u4960-\u496F\u4970-\u497F\u4980-\u498F\u4990-\u499F\u49A0-\u49AF\u49B0-\u49BF\u49C0-\u49CF\u49D0-\u49DF\u49E0-\u49EF\u49F0-\u49FF\u4A00-\u4A0F\u4A10-\u4A1F\u4A20-\u4A2F\u4A30-\u4A3F\u4A40-\u4A4F\u4A50-\u4A5F\u4A60-\u4A6F\u4A70-\u4A7F\u4A80-\u4A8F\u4A90-\u4A9F\u4AA0-\u4AAF\u4AB0-\u4ABF\u4AC0-\u4ACF\u4AD0-\u4ADF\u4AE0-\u4AEF\u4AF0-\u4AFF\u4B00-\u4B0F\u4B10-\u4B1F\u4B20-\u4B2F\u4B30-\u4B3F\u4B40-\u4B4F\u4B50-\u4B5F\u4B60-\u4B6F\u4B70-\u4B7F\u4B80-\u4B8F\u4B90-\u4B9F\u4BA0-\u4BAF\u4BB0-\u4BBF\u4BC0-\u4BCF\u4BD0-\u4BDF\u4BE0-\u4BEF\u4BF0-\u4BFF\u4C00-\u4C0F\u4C10-\u4C1F\u4C20-\u4C2F\u4C30-\u4C3F\u4C40-\u4C4F\u4C50-\u4C5F\u4C60-\u4C6F\u4C70-\u4C7F\u4C80-\u4C8F\u4C90-\u4C9F\u4CA0-\u4CAF\u4CB0-\u4CBF\u4CC0-\u4CCF\u4CD0-\u4CDF\u4CE0-\u4CEF\u4CF0-\u4CFF\u4D00-\u4D0F\u4D10-\u4D1F\u4D20-\u4D2F\u4D30-\u4D3F\u4D40-\u4D4F\u4D50-\u4D5F\u4D60-\u4D6F\u4D70-\u4D7F\u4D80-\u4D8F\u4D90-\u4D9F\u4DA0-\u4DAF\u4DB0-\u4DBF\u4DC0-\u4DCF\u4DD0-\u4DDF\u4DE0-\u4DEF\u4DF0-\u4DFF\u4E00-\u4E0F\u4E10-\u4E1F\u4E20-\u4E2F\u4E30-\u4E3F\u4E40-\u4E4F\u4E50-\u4E5F\u4E60-\u4E6F\u4E70-\u4E7F\u4E80-\u4E8F\u4E90-\u4E9F\u4EA0-\u4EAF\u4EB0-\u4EBF\u4EC0-\u4ECF\u4ED0-\u4EDF\u4EE0-\u4EEF\u4EF0-\u4EFF\u4F00-\u4F0F\u4F10-\u4F1F\u4F20-\u4F2F\u4F30-\u4F3F\u4F40-\u4F4F\u4F50-\u4F5F\u4F60-\u4F6F\u4F70-\u4F7F\u4F80-\u4F8F\u4F90-\u4F9F\u4FA0-\u4FAF\u4FB0-\u4FBF\u4FC0-\u4FCF\u4FD0-\u4PDF\u4FE0-\u4FEF\u4FF0-\u4FFF\u5000-\u500F\u5010-\u501F\u5020-\u502F\u5030-\u503F\u5040-\u504F\u5050-\u505F\u5060-\u506F\u5070-\u507F\u5080-\u508F\u5090-\u509F\u50A0-\u50AF\u50B0-\u50BF\u50C0-\u50CF\u50D0-\u50DF\u50E0-\u50EF\u50F0-\u50FF\u5100-\u510F\u5110-\u511F\u5120-\u512F\u5130-\u513F\u5140-\u514F\u5150-\u515F\u5160-\u516F\u5170-\u517F\u5180-\u518F\u5190-\u519F\u51A0-\u51AF\u51B0-\u51BF\u51C0-\u51CF\u51D0-\u51DF\u51E0-\u51EF\u51F0-\u51FF\u5200-\u520F\u5210-\u521F\u5220-\u522F\u5230-\u523F\u5240-\u524F\u5250-\u525F\u5260-\u526F\u5270-\u527F\u5280-\u528F\u5290-\u529F\u52A0-\u52AF\u52B0-\u52BF\u52C0-\u52CF\u52D0-\u52DF\u52E0-\u52EF\u52F0-\u52FF\u5300-\u530F\u5310-\u531F\u5320-\u532F\u5330-\u533F\u5340-\u534F\u5350-\u535F\u5360-\u536F\u5370-\u537F\u5380-\u538F\u5390-\u539F\u53A0-\u53AF\u53B0-\u53BF\u53C0-\u53CF\u53D0-\u53DF\u53E0-\u53EF\u53F0-\u53FF\u5400-\u540F\u5410-\u541F\u5420-\u542F\u5430-\u543F\u5440-\u544F\u5450-\u545F\u5460-\u546F\u5470-\u547F\u5480-\u548F\u5490-\u549F\u54A0-\u54AF\u54B0-\u54BF\u54C0-\u54CF\u54D0-\u54DF\u54E0-\u54EF\u54F0-\u54FF\u5500-\u550F\u5510-\u551F\u5520-\u552F\u5530-\u553F\u5540-\u554F\u5550-\u555F\u5560-\u556F\u5570-\u557F\u5580-\u558F\u5590-\u559F\u55A0-\u55AF\u55B0-\u55BF\u55C0-\u55CF\u55D0-\u55DF\u55E0-\u55EF\u55F0-\u55FF\u5600-\u560F\u5610-\u561F\u5620-\u562F\u5630-\u563F\u5640-\u564F\u5650-\u565F\u5660-\u566F\u5670-\u567F\u5680-\u568F\u5690-\u569F\u56A0-\u56AF\u56B0-\u56BF\u56C0-\u56CF\u56D0-\u56DF\u56E0-\u56EF\u56F0-\u56FF\u5700-\u570F\u5710-\u571F\u5720-\u572F\u5730-\u573F\u5740-\u574F\u5750-\u575F\u5760-\u576F\u5770-\u577F\u5780-\u578F\u5790-\u579F\u57A0-\u57AF\u57B0-\u57BF\u57C0-\u57CF\u57D0-\u57DF\u57E0-\u57EF\u57F0-\u57FF\u5800-\u580F\u5810-\u581F\u5820-\u582F\u5830-\u583F\u5840-\u584F\u5850-\u585F\u5860-\u586F\u5870-\u587F\u5880-\u588F\u5890-\u589F\u58A0-\u58AF\u58B0-\u58BF\u58C0-\u58CF\u58D0-\u58DF\u58E0-\u58EF\u58F0-\u58FF\u5900-\u590F\u5910-\u591F\u5920-\u592F\u5930-\u593F\u5940-\u594F\u5950-\u595F\u5960-\u596F\u5970-\u597F\u5980-\u598F\u5990-\u599F\u59A0-\u59AF\u59B0-\u59BF\u59C0-\u59CF\u59D0-\u59DF\u59E0-\u59EF\u59F0-\u59FF\u5A00-\u5A0F\u5A10-\u5A1F\u5A20-\u5A2F\u5A30-\u5A3F\u5A40-\u5A4F\u5A50-\u5A5F\u5A60-\u5A6F\u5A70-\u5A7F\u5A80-\u5A8F\u5A90-\u5A9F\u5AA0-\u5AAF\u5AB0-\u5ABF\u5AC0-\u5ACF\u5AD0-\u5ADF\u5AE0-\u5AEF\u5AF0-\u5AFF\u5B00-\u5B0F\u5B10-\u5B1F\u5B20-\u5B2F\u5B30-\u5B3F\u5B40-\u5B4F\u5B50-\u5B5F\u5B60-\u5B6F\u5B70-\u5B7F\u5B80-\u5B8F\u5B90-\u5B9F\u5BA0-\u5BAF\u5BB0-\u5BBF\u5BC0-\u5BCF\u5BD0-\u5BDF\u5BE0-\u5BEF\u5BF0-\u5BFF\u5C00-\u5C0F\u5C10-\u5C1F\u5C20-\u5C2F\u5C30-\u5C3F\u5C40-\u5C4F\u5C50-\u5C5F\u5C60-\u5C6F\u5C70-\u5C7F\u5C80-\u5C8F\u5C90-\u5C9F\u5CA0-\u5CAF\u5CB0-\u5CBF\u5CC0-\u5CCF\u5CD0-\u5CDF\u5CE0-\u5CEF\u5CF0-\u5CFF\u5D00-\u5D0F\u5D10-\u5D1F\u5D20-\u5D2F\u5D30-\u5D3F\u5D40-\u5D4F\u5D50-\u5D5F\u5D60-\u5D6F\u5D70-\u5D7F\u5D80-\u5D8F\u5D90-\u5D9F\u5DA0-\u5DAF\u5DB0-\u5DBF\u5DC0-\u5DCF\u5DD0-\u5DDF\u5DE0-\u5DEF\u5DF0-\u5DFF\u5E00-\u5E0F\u5E10-\u5E1F\u5E20-\u5E2F\u5E30-\u5E3F\u5E40-\u5E4F\u5E50-\u5E5F\u5E60-\u5E6F\u5E70-\u5E7F\u5E80-\u5E8F\u5E90-\u5E9F\u5EA0-\u5EAF\u5EB0-\u5EBF\u5EC0-\u5ECF\u5ED0-\u5EDF\u5EE0-\u5EEF\u5EF0-\u5EFF\u5F00-\u5F0F\u5F10-\u5F1F\u5F20-\u5F2F\u5F30-\u5F3F\u5F40-\u5F4F\u5F50-\u5F5F\u5F60-\u5F6F\u5F70-\u5F7F\u5F80-\u5F8F\u5F90-\u5F9F\u5FA0-\u5FAF\u5FB0-\u5FBF\u5FC0-\u5FCF\u5FD0-\u5PDF\u5FE0-\u5FEF\u5FF0-\u5FFF\u6000-\u600F\u6010-\u601F\u6020-\u602F\u6030-\u603F\u6040-\u604F\u6050-\u605F\u6060-\u606F\u6070-\u607F\u6080-\u608F\u6090-\u609F\u60A0-\u60AF\u60B0-\u60BF\u60C0-\u60CF\u60D0-\u60DF\u60E0-\u60EF\u60F0-\u60FF\u6100-\u610F\u6110-\u611F\u6120-\u612F\u6130-\u613F\u6140-\u614F\u6150-\u615F\u6160-\u616F\u6170-\u617F\u6180-\u618F\u6190-\u619F\u61A0-\u61AF\u61B0-\u61BF\u61C0-\u61CF\u61D0-\u61DF\u61E0-\u61EF\u61F0-\u61FF\u6200-\u620F\u6210-\u621F\u6220-\u622F\u6230-\u623F\u6240-\u624F\u6250-\u625F\u6260-\u626F\u6270-\u627F\u6280-\u628F\u6290-\u629F\u62A0-\u62AF\u62B0-\u62BF\u62C0-\u62CF\u62D0-\u62DF\u62E0-\u62EF\u62F0-\u62FF\u6300-\u630F\u6310-\u631F\u6320-\u632F\u6330-\u633F\u6340-\u634F\u6350-\u635F\u6360-\u636F\u6370-\u637F\u6380-\u638F\u6390-\u639F\u63A0-\u63AF\u63B0-\u63BF\u63C0-\u63CF\u63D0-\u63DF\u63E0-\u63EF\u63F0-\u63FF\u6400-\u640F\u6410-\u641F\u6420-\u642F\u6430-\u643F\u6440-\u644F\u6450-\u645F\u6460-\u646F\u6470-\u647F\u6480-\u648F\u6490-\u649F\u64A0-\u64AF\u64B0-\u64BF\u64C0-\u64CF\u64D0-\u64DF\u64E0-\u64EF\u64F0-\u64FF\u6500-\u650F\u6510-\u651F\u6520-\u652F\u6530-\u653F\u6540-\u654F\u6550-\u655F\u6560-\u656F\u6570-\u657F\u6580-\u658F\u6590-\u659F\u65A0-\u65AF\u65B0-\u65BF\u65C0-\u65CF\u65D0-\u65DF\u65E0-\u65EF\u
```

```

# Створюємо ім'я файлу з унікальним ідентифікатором повідомлення
file_name = f"message_{msg.id}.txt"

with open(file_name, 'w', encoding='utf-8') as file:
file.write(f'{date.strftime("%Y-%m-%d %H:%M:%S")} -
{cleaned_message}\n')

offset_id = msg.id

total_messages -= len(msgs)
print(f"{len(msgs)} messages fetched. {total_messages}
remaining.")

await client.disconnect()
print("Disconnected from Telegram.")

with client:
client.loop.run_until_complete(main())

```

Додаток 1. Збір інформації

```

import pandas as pd
import spacy
from collections import Counter
import string

# Переконайтеся, що модель завантажена
try:
nlp = spacy.load('uk_core_news_sm')
except OSError:
from spacy.cli import download

download('uk_core_news_sm')
nlp = spacy.load('uk_core_news_sm')

# Функція для завантаження даних з Excel файлу
def load_data(file_path):
try:
data = pd.read_excel(file_path)
return data
except Exception as e:
print(f"Error loading the data: {e}")
return None

# Функція для створення частотного словника
def create_frequency_dictionary(data, text_column):
if data is not None and text_column in data.columns:
all_texts = ' '.join(data[text_column].dropna()).lower()

# Токенізація тексту за допомогою spaCy
doc = nlp(all_texts)

```

```

# Фільтрація стоп-слів, пунктуації і пробілів
tokens = [token.text for token in doc if not token.is_stop and not
token.is_punct and not token.is_space]

# Підрахунок частоти кожного слова
frequency_dict = Counter(tokens)
return frequency_dict
else:
print(f"Column {text_column} not found in the data.")
return None

# Головна функція для запуску аналізу
def main():
file_path = '/Users/viktorka/Downloads/корпус.xlsx'
text_column = 'Текст' # Змініть на назву колонки з текстом
data = load_data(file_path)
frequency_dict = create_frequency_dictionary(data, text_column)
if frequency_dict is not None:
print("Top 10 most common words:")
for word, freq in frequency_dict.most_common(10):
print(f"{word}: {freq}")

if __name__ == "__main__":
main()

```

Додаток 2. Частотний словник

```

import pandas as pd
import spacy
from collections import Counter
import matplotlib.pyplot as plt

try:
nlp = spacy.load('uk_core_news_sm')
except OSError:
from spacy.cli import download
download('uk_core_news_sm')
nlp = spacy.load('uk_core_news_sm')

file_path = '/Users/viktorka/Downloads/корпус.xlsx'
data = pd.read_excel(file_path)

def linguistic_analysis(text_column):
all_texts = ' '.join(data[text_column].dropna()).lower()
doc = nlp(all_texts)

# Токенізація та видалення стоп-слів, пунктуації і пробілів
tokens = [token.text for token in doc if not token.is_stop and not
token.is_punct and not token.is_space]

```

```

# Частотний аналіз
frequency_dict = Counter(tokens)
print("Топ-10 найпоширеніших слів:")
for word, freq in frequency_dict.most_common(10):
print(f"{word}: {freq}")

# Частинно-мовний аналіз
pos_counts = Counter([token.pos_ for token in doc])
print("\nРозподіл частин мови:")
for pos, count in pos_counts.items():
print(f"{pos}: {count}")

# Візуалізація частотного розподілу слів
plt.figure(figsize=(15, 7))
plt.bar(frequency_dict.keys(), frequency_dict.values())
plt.title('Частотний розподіл слів')
plt.xlabel('Слова')
plt.ylabel('Частота')
plt.xticks(rotation=90)
plt.show()

# Візуалізація розподілу частин мови
plt.figure(figsize=(10, 5))
plt.bar(pos_counts.keys(), pos_counts.values(), color='orange')
plt.title('Розподіл частин мови')
plt.xlabel('Частина мови')
plt.ylabel('Кількість')
plt.show()

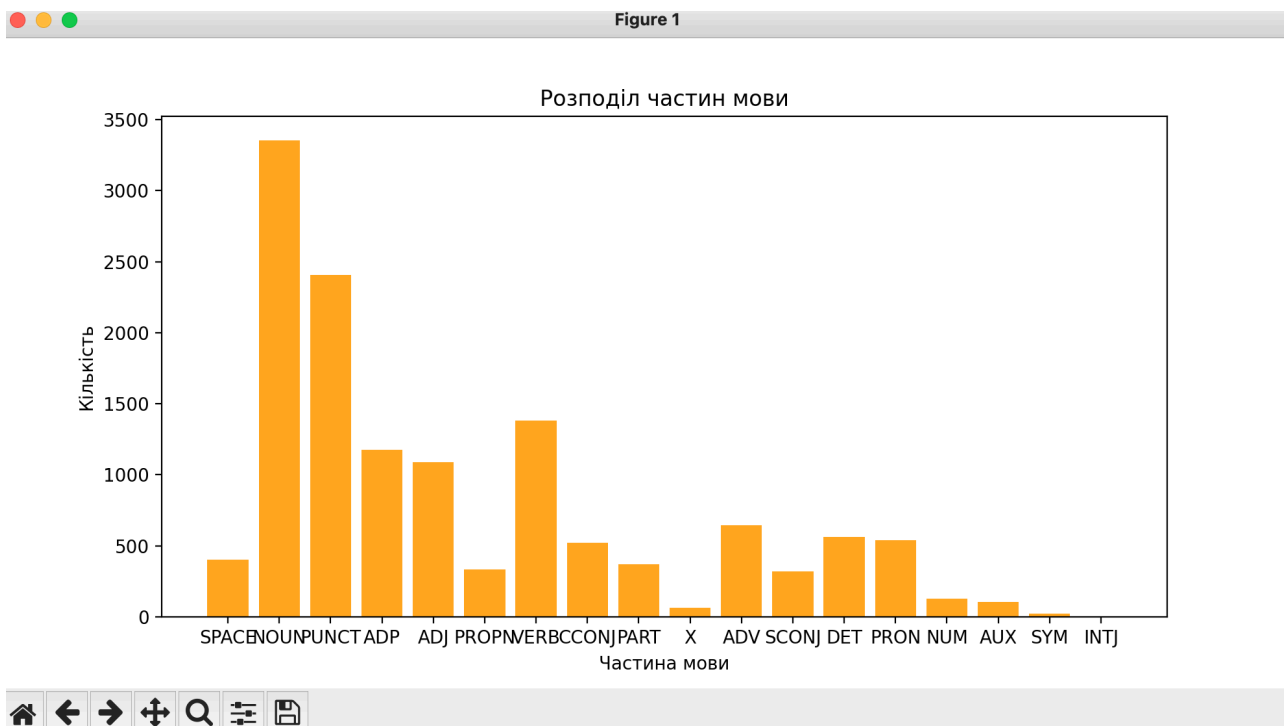
# Аналіз біграм (послідовностей з двох слів)
bigrams = [f"{token.text} {doc[i + 1].text}" for i, token in
enumerate(doc[:-1]) if not token.is_stop and not token.is_punct
and not doc[i + 1].is_stop and not doc[i + 1].is_punct]
bigram_freq = Counter(bigrams)
print("\nТоп-10 найпоширеніших біграм:")
for bigram, freq in bigram_freq.most_common(10):
print(f"{bigram}: {freq}")

# Візуалізація біграм
plt.figure(figsize=(15, 7))
plt.bar(bigram_freq.keys(), bigram_freq.values())
plt.title('Частотний розподіл біграм')
plt.xlabel('Біграми')
plt.ylabel('Частота')
plt.xticks(rotation=90)
plt.show()

# Виконання лінгвістичного аналізу
linguistic_analysis('Текст')

```

Додаток 3. Лінгвістичний аналіз корпусу



Додаток 4. Автоматичний розподіл частин мови

Додаток 5. [Корпус текстів із сексистськими висловлюваннями](#)

Додаток 6. [Папка з викачаними текстами](#)