

**ГЕНДЕРНІ НАРАТИВИ В МАС-МЕДІА:
ФЕМІНІТИВИ vs МАСКУЛІНАТИВИ****Сидоренко Ольга,**

кандидат педагогічних наук, доцент

ORCID ID 0000-0002-5507-2867

Сумський державний університет

вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40000, Україна.

sadovnikova@journ.sumdu.edu.ua**Бондаренко Олена,**

кандидат філологічних наук

ORCID ID 0000-0002-2369-774X

Сумський державний університет

вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40000, Україна

ol.bondarenko@journ.sumdu.edu.ua**Садимака Марина,**

студентка

Сумський державний університет

вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40000, Україна

smarisha2406@gmail.com

У статті описано тенденції використанні фемінітивів і маскулінативів у медіадискурсі з огляду на їхні лексико-семантичні й формально-граматичні властивості в контексті дотримання гендерно коректного мовлення.

Застосування описового методу дало змогу схарактеризувати формально-граматичні й лексико-семантичні властивості фемінітивів і маскулінативів; 2) аналіз словникових дефініцій сприяв установленню лексико-семантичних груп репрезентантів соціальної статі в мові мас-медіа; 3) метод моделювання дав змогу визначити лексико-граматичні моделі вербалізаторів соціальної статі; 4) контекстуально-інтерпретаційний метод дозволив виявити стереотипні тенденції у функціонуванні фемінітивів і маскулінативів.

Засобом досягнення гендерно коректної комунікації є гендерночутливе мовлення – використання мовних ресурсів, зокрема фемінної лексики на позначення осіб жіночої статі за родом діяльності або за професією, з метою уникнення гендерної дискримінації в медіамовленні зокрема. Українська мова має значний потенціал для дотримання гендерно коректного мовлення: гендерні лексеми, представлені грамемами чоловічого або жіночого роду; бігендерні – з граматичного погляду розщеплені на дві родові форми, позбавлені іманентних ознак фемінності / маскулінності, проте здатні називати як осіб жіночої, так і чоловічої статі за родом діяльності чи професією; агендерні, яким властива системна незалежність гендерних характеристик від граматичного роду, можуть виражатися будь-якими родовими грамами.

У мас-медійному дискурсі спостерігається тенденція до активізації фемінітивів, що є яскравим виявом мовної політики, спрямованої на розширення цієї лексико-семантичної групи, утвердження гендерної культури в мові. Водночас вживання фемінітивів у мові ЗМІ не стало системним: наявні лексичні лакуни в найменуваннях жіночих професій, гендерна асиметрія (граматична й семантична), що пояснюються ситуативно-прагматичними використанням бігендерних та

агендерних лексем як найменувань осіб жіночої статі за їх соціальними ролями; наявні прояви стереотипних уявлень про соціальні ролі чоловіка і жінки.

Ключові слова: *медіамовлення, фемінитиви, маскулінативи, гендерночутливе мовлення, мовний андроцентризм, гендерна асиметрія.*

GENDER NARRATIVES IN THE MASS MEDIA: FEMINITIVES vs MASCULINATIVES

Sydorenko Olha,

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
ORCID ID 0000-0002-5507-2867
Sumy State University
Rymskogo-Korsakova Str., 2, 40007, Sumy, Ukraine
o.sadovnikova@journ.sumdu.edu.ua

Bondarenko Olena,

Candidate of Sciences in Philology
ORCID ID 0000-0002-2369-774X
Sumy State University
Rymskogo-Korsakova Str., 2, 40007, Sumy, Ukraine
ol.bondarenko@journ.sumdu.edu.ua

Sadymaka Maryna,

student
Sumy State University
Rymskogo-Korsakova Str., 2, 40007, Sumy, Ukraine
smarisha2406@gmail.com

Abstract. *The article describes the trends in the use of feminitives and masculinatives in media discourse in view of their lexical-semantic and formal-grammatical properties in the context of observing gender-correct speech.*

The application of the descriptive method made it possible to characterize the formal-grammatical and lexical-semantic properties of feminine and masculine forms; 2) the analysis of dictionary definitions contributed to the establishment of lexical-semantic groups of representatives of social gender in the language of mass media; 3) the modeling method made it possible to determine the lexical-grammatical models of verbalizers of social gender; 4) the contextual-interpretive method made it possible to reveal stereotypical tendencies in the functioning of feminitives and masculinatives.

A means of achieving gender-correct communication is gender-sensitive speech - the use of language resources, in particular, feminine vocabulary to designate women by occupation or profession, with the aim of avoiding gender discrimination in media speech in particular. The Ukrainian language has a significant potential for maintaining gender-correct speech: gender lexemes represented by masculine or feminine grammes; bigender - from a grammatical point of view, split into two generic forms, devoid of immanent signs of femininity / masculinity, but able to name both female and male persons by type of activity or profession; agender, which are characterized by the systematic independence of gender characteristics from the grammatical gender, can be expressed by any gender grammes.

In the mass media discourse, there is a tendency to activate feminisms, which is a vivid manifestation of the language policy aimed at expanding this lexical-semantic group, establishing a gender culture in the language. At the same time, the use of feminitives in the language of mass media has not become systematic: there are lexical gaps in the names of

women's professions, gender asymmetry (grammatical and semantic), which are explained by the situational-pragmatic use of bigender and agender tokens as names of women according to their social roles; there are manifestations of stereotypical ideas about the social roles of men and women.

Key words: media speech, femininity, masculinity, gender-sensitive speech, linguistic androcentrism, gender asymmetry.

Вступ

Медійне мовлення зорієнтоване передусім на масове інформування, що визначає соціальну спрямованість комунікації. Медійний дискурс, будучи частиною соціокультури, з одного боку, стає транслятором гендерних асоціацій і стереотипів, а з іншого – може бути й конструктором гендеру: сприяти гендерній самоідентифікації, формувати систему цінностей і норм жіночої та чоловічої поведінки, стилю життя та способу мислення, ролей та стосунків жінок і чоловіків, набутих ними в процесі соціалізації. Гендер як продукт культури і соціальних відносин актуалізується в різноманітних контекстах комунікації і виявляється на всіх мовних рівнях, зокрема в універсальній семантичній категорії статі, що корелює з граматичною категорією роду іменників – найменувань істот. В українській мові лексико-граматичні маркери жіночої і чоловічої статі утворюють гендерні парадигми на основі спільної семи «мужність/жіночість» й оформляються за допомогою відповідних словотворчих засобів. непропорційна представленість соціальних і культурних ролей обох статей (а також уявлень про них) у різних сферах життя. Водночас у функційно-прагматичній площині україномовного наукового й ділового дискурсів більшою мірою, а також і в медійному середовищі на тлі активізації фемінних утворень на позначення соціальних ролей спостерігаємо гендерну асиметрію, що проявляється через андроцентризм в гендерній категоризації світу: культурна традиція приводить суспільну суб'єктивність до єдиної «чоловічої» норми, що являє собою прийняття «чоловічих» нормативних уявлень та життєвих моделей як єдиних універсальних соціальних і життєвих моделей, а іменники чоловічого роду, відповідно, концентрують загальне уявлення про людину, позначаючи її соціальну або професійну належність незалежно від статі. Автори Теоретичної морфології української мови І. Вихованець, К. Городенська [Вихованець, 2004: 87-88] акцентують на тому, що протиставлення чоловічий рід – жіночий рід ґрунтується на семантичній диференціації, на реальному розрізненні істот, на ґрунті природного розрізнення їх за статтю. І хоча в такому підході відсутня власне гендерна диференціація статі, але позитивним у плані гендерної рівноваги є те, що в іменниках – назвах роду занять, діяльності, посад, звань людини, як-от: директор, депутат, конструктор, доцент, юрист, математик тощо, звичайно співвідносних із формою чоловічого роду, потрібно вбачати, наголошують лінгвісти, омонімічні форми чоловічого і жіночого роду, з граматичного погляду розщеплювані на дві родові форми. Зауваження в навчальному посібнику з української мови про те, що співвідносні з іменниками чоловічого роду форми жіночого роду, утворені за допомогою суфіксів -к-, -иц-, -ис-, -ес- (робітниця, вихователька, інспектриса, клоунеса) «вживаються в усіх стилях, окрім наукового й, особливо, офіційно-ділового» [Шкуратяна, 2000: 265], швидше вказує на стильові обмеження щодо вживання фемінітивів, проте не на «сексистську дискримінацію жінок: гендерні стереотипи суспільства стосовно професійної діяльності жіночої статі» [Андрійченко, 2014], та мовний сексизм – вираження мовними засобами тенденційних поглядів і переконань, які принижують, вилучають, недооцінюють та стереотипізують особу за ознакою статі (найчастіше жінок) [Малахова, 2016: 54], як подекуди наголошують прихильники фемінізму. Водночас посилення ролі жінок у соціально-політичному житті обґрунтовує поширення у різних соціальних дискурсах фемінітивів, які виокремилися в українському лексиконі в окрему семантико-

словотвірну групу, норми творення яких було кодифіковано в Українському правописі редакції 2019 року.

Фемінітиви як граматична альтернатива чоловічому роду щодо назв осіб за соціальною або професійною ознакою в сучасній українській мові належать до однієї з найбільш активних і динамічних категорій, що розвивається під впливом як позамовних (поширення феміністичних настроїв у суспільстві), так і власне мовних чинників. Огляд наукових джерел з питань функційно-стилістичного, комінкативно-прагматичного потенціалу фемінітивів і маскулінативів засвідчує значну зацікавленість лінгвістів з цього питання. Так, мовностилістичні засоби актуалізації гендерних понять розглядала В. Слінчук, питання гендерночутливого мовлення, мовного сексизму досліджували О. Малахова та О. Марущенко, лексико-граматичні й функційно-семантичні засоби актуалізації соціальної статі в медіадискурсі опрацьовувала О. Сидоренко. Сьогодні активізувалася мовотворчість в рамках медіамовлення, зокрема щодо утворення й використання фемінітивів, що відбилося в проблематиці наукового дискурсу. Фемінітиви з огляду на словотвірні, лексико-семантичні та стилістичні особливості їх творення і вживання досліджувалися в роботах І. Фекети, С. Семенюка, Я. Пузиренко. Розвиток жіночих особових номінацій на діахронічному чи синхронічному зрізах досліджували М. Брус, А. Архангельська, А. Нелюба.

Актуальність роботи зумовлена: 1) інтересом до проблеми реконструкції в мові через фемінітиви гендерних ознак особистості; 2) підвищеною увагою до мовних механізмів унормування функціонування фемінітивів і маскулінативів; 3) акцентуванням на тому, що гендерночутлива мова є засобом оптимізації медіаповідомлень з погляду гендерної рівності; 4) важливою роллю ЗМІ у формуванні мовних смаків соціуму та гендерної культури особистості.

Мета публікації – виявити тенденції у використанні фемінітивів і маскулінативів у медіадискурсі з огляду на їхні лексико-семантичні й граматичні властивості в контексті загальної гендерної культури. **Об'єктом** дослідження стали фемінітиви і маскулінативи як мовні засоби репрезентації соціальної статі в медіадискурсі. **Предметом** – лексико-граматичні й функційно-семантичні ознаки мовних репрезентантів соціальної статі в медіадискурсі.

Матеріали та методи дослідження

Теоретико-методологічною основою наукової роботи стали праці з теорії гендеру (Ш. Берн, О. Есперсен, Р. Лакофф), напрацювання з гендерної лінгвістики (Ж. Деррид, Т. де Лорето, А. Архангельська, Т. Космеда, О. Малахова, І. Фекета та інші). У роботі застосовувалася комплексна методика дослідження фемінітивів і маскулінативів як засобів репрезентації соціальної статі в медіадискурсі у лексико-семантичному, граматичному й функційно-стилістичному аспектах, яка охоплювала: 1) описовий метод, що дав змогу схарактеризувати формально-граматичні й лексико-семантичні властивості фемінітивів і маскулінативів; 2) аналіз словникових дефініцій застосовувався для встановлення лексико-семантичних груп засобів репрезентації соціальної статі у мові мас-медіа; 3) метод моделювання – для визначення граматичних моделей вербалізаторів соціальної статі; 4) контекстуально-інтерпретаційний метод дозволив виявити стереотипні тенденції у функціонуванні фемінітивів і маскулінативів.

Фактичним матеріалом дослідження стали мікроконтексти, у яких функціонують фемінітиви і маскулінативи, дібрані шляхом довільної вибірки з текстів інтернет-видань «День», «Дзеркало тижня», таблоїду «Правда», мультимедійної платформи Укрінформ, онлайн-видання Zik та ін.

Обговорення

Закон України Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків пріоритетним завданням розвитку українського суспільства визначає «досягнення паритетного становища жінок і чоловіків у всіх сферах життєдіяльності суспільства шляхом правового забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, ліквідації дискримінації за ознакою статі...» (ст. 6). Медіадискурс є відображенням реальності, але не лише фіксує і передає інформацію, але й формує світогляд споживачів інформації. Медіа сьогодні є інформаційно-комунікативною платформою для поширенні ідей толерантності, політики недискримінації, ненасильства та подолання сексизму – саме такий шлях нині обирають передові світові медіа. Українські ЗМІ докладають всіх зусиль, щоб відповідати міжнародним професійним стандартам, проте в медіадискурсі трапляються елементи мови ворожнечі, дискримінації, сексизму та гендерної асиметрії, тобто непропорційної представленості соціальних і культурних ролей обох статей (а також уявлень про них) у різних сферах життя. Гендерна асиметрія виявляється через андроцентризм в гендерній категоризації світу: культурна традиція приводить суспільну суб'єктивність до єдиної «чоловічої» норми, що являє собою прийняття «чоловічих» нормативних уявлень та життєвих моделей як єдиних універсальних соціальних і життєвих моделей.

Однією з причин мовного андроцентризму є двочленна/тричленна категорія роду в граматичній системі національної мови. Категорія роду «поєднує семантико-граматичний зміст назв істот на ґрунті їхнього стосунку до біологічної статі або недорослості та формально-граматичний зміст назв неістот і складається з граєм чоловічого, жіночого і середнього роду» [Вихованець, 2004: 85]. Розмежування назв істот за граматичним родом ґрунтується на семантичному чиннику, що виявляється в здатності іменників позначати істот чоловічої статі, істот жіночої статі, а також акцентувати на ознаках недорослості, тобто нейтралізувати ознаки статі. Центральною граемою категорії роду лінгвісти вважають граему чоловічого роду. Граемі жіночого роду властива словотвірна продуктивність назв жіночої статі на основі первинних граем чоловічого роду [Вихованець, 2004: 86].

Наявність в семантичній структурі сем «мужність» – «жіночість» є критерієм поділу назв осіб на гендерні, бігендерні та агендерні. Гендерними вважаємо такі лексеми: 1) що виражають стать семантично: семи фемінності / маскулінності зафіксовані узуально й змістовно однаково виявляються як у сигніфікативному, так і в денотативно-референтному плані (батько, мати, дочка, красуня, господиня, богатир тощо); 2) які у сигніфікативному плані є «безстатевими», але в денотативно-референтному – мають зафіксовану узуально здатність називати особу чоловічої (кипарис, щеня, повидло, чайник, орел) або жіночої (серденько, зірочка, діамант, вогонь, гарба, фіалка тощо) статі. Для агендерних іменників властива системна незалежність гендерних характеристик лексеми від граматичного роду. У таких іменників в лексичному значенні немає внутрішньої, іманентно властивої, семи жіночності або мужності. При цьому граматичний рід є непринциповим для позначення чоловіка чи жінки. Агендерні іменники можуть мати будь-яку родову граматичну ознаку: воєвода, денді, кит – чоловічого роду; дитя, базикало – середнього; особа, ворона – жіночого [Сидоренко, Немеш, 20018]. Агендерними є іменники спільного роду, оскільки вони характеризують осіб не за гендерними, а за внутрішніми або зовнішніми ознаками, це «предметно-ознакові імена, що вирізняються ... здатністю виражати оцінні відтінки значення» [Халіман, 2011: 173]. Іменники, що позначають назви осіб за родом діяльності, занять, посад, позбавлені іманентних ознак фемінності / маскулінності, проте здатні називати як осіб жіночої, так і чоловічої статі, а тому можемо вважати їх бігендерними. Проте для переважної більшості іменників чоловічого роду – найменувань істот – властива функція узагальненого й гендерно нейтрального називання предметів. Поза гендерно маркованою контекстно-денотативною ситуацією такі іменники є агендерними. Як

слушно зауважує В. Труб, в апелятивних парах іменники чоловічого роду форми множини, на відміну від жіночого, є гендерно немаркованим, оскільки у такому випадку звертання адресоване будь-якому слухачеві незалежно від статі [Труб, 2006].

У медіадискурсі під впливом ситуативного контексту можуть актуалізуватися гендерні семи агендерних та бігендерних іменників – назв осіб чоловічої і жіночої статі – або нейтралізуватися гендерні ознаки іменників чоловічого роду.

Семантично агендерними є іменники чоловічого роду, у семантичній структурі яких відсутня сема «мужність»: виконавці, шанувальники, співаки, викладачі, дніпрянці, читачі (День), фермери, партнер, прокурор, адвокат, ментор, лідер, міністр, проектувальники, виробники, ветерани, українець, поляк, президент, пенсіонери, громадянин, радник, автори, директор, експерти, освітяни, користувачі, аналітики (Дзеркало тижня). Мікроконтексти, у яких функціонують наведені лексеми, дозволяють сприймати їхню семантику узагальнено, як таку, що стосується обох соціальних статей – чоловічої і жіночої. На синтаксичному рівні відсутні маркери граматичного роду, які виявляються в узгодженні прикметникових і дієслівних форм з іменниками, що, у свою чергу, пом'якшує мовленнєву реалізацію мовного сексизму. Дієслова у формі множини підкреслюють агендерний статус таких лексем. Наприклад: *«Зараз у пресі й на сторінках Фейсбуку багато експертів і освітян жваво обговорюють це питання, перебуваючи в очікуванні»; «У своїй спробі спростити процедуру приватизації автори законопроекту запропонували визначити стартову ціну об'єкта малої приватизації на основі фінансової звітності компанії» (Дзеркало тижня).*

У медіатекстах функціонують іменники чоловічого роду, узуально позбавлені гендерної семи «мужність», але вона стає функційно актуальною під впливом семантичного або граматичного мікроконтексту: *археолог Борис Мозолєвський, директор музею Микола Кушнір, митрополит Олександр Драбинко, представник ЄС Мішель Барньє, кінооператор Ігор Іванов, экс-парламентар Єгор Фірсов (День), науковий консультант Віктор Мусіяка, директор Олег Устенко, спікер ХДС Стефан Маєр, генерал Костянтин Чівенга, Президент США Дональд Трамп, державний секретар США Рекс Тіллерсон, віце-президент Майк Пенс, Клер Споттісвуд – математик і економіст (Дзеркало тижня).* Чоловіча гендерна сема бігендерних іменників на позначення професій і роду діяльності осіб актуалізується під впливом маскулінної семи, притаманної семантичній структурі імен чоловіків. Крім того, такий актуалізації сприяє і граматичний контекст, зокрема форми минулого часу дієслів та прикметників чоловічого роду: *«Археолог **мав** особливий методологічний підхід» (День); «Хіба **міг би** такий **м'якотілий** лідер одноосібно керувати країною 37 років?»; «**Британський** журналіст... Роберт Гест **писав**» (Дзеркало тижня).*

Групу іменників чоловічого роду з актуальною жіночою семантикою представляють бігендерні іменники, узуально позбавлені гендерної семи «жіночність», але яка стала актуальною під впливом семантичного або граматичного мікроконтексту: *координатор Наталія Шуліка, психотерапевт Тетяна Крайнова, головний редактор «Дня» Лариса Івшина, радник голови ХОДА Світлана Резван (День), старший лікар Наталія Стахова, директор фонду Ірина Бекешкіна, координатор Ольга Айвазовська, канцлер Ангела Меркель, Експерт Олена Бородіна, режисер Олеся Моргунець-Ісаєнко (Дзеркало тижня).* Гендерна семантика таких бігендерних іменників на позначення професій і роду діяльності осіб актуалізується під впливом семи «жіночність», притаманної семантичній структурі імен жінок.

Активно в мас-медіа функціонують іменники, у яких граматичний рід корелює з гендерною семантикою, тобто жіноча сема зафіксована узуально й реалізована контекстуально: *актриса, співачка, дослідниця, актриса, режисерка, повірниця, майстриня, поетка, журналістка (День), заступниця очільника, вчителька, учасниця, медична сестра (Дзеркало тижня).* Як показав аналіз медіавидань за 2017-2018 рр., фемінітиви в кількісному плані представлені значно менше, ніж інші групи

вербалізаторів соціальної статі, що свідчить не тільки про мовну гендерну асиметрію, але й про проблемно-тематичну у висвітленні жінки як соціально активної статі.

Крім того, спостерігаємо прояви гендерних стереотипів навіть у функціонуванні жіночих граєм, коли поряд з ними виживаються бігендерні граєми чоловічого роду з актуальною жіночою семою, що мають граматичний відповідник жіночого роду. Наприклад: «*Вона прекрасна **актриса** й **режисер**»* (День). За словником української мови, слово «режисер» вживається лише в чоловічому роді [СУМ, Т. 8, с. 485], однак в українських ЗМІ функціонує й жіночий рід цього слова: «***Режисерка** "Диво-жінки" побила рекорд у США»* (BBC Україна.); «*Легендарна **режисерка** отримала почесного "Оскара" з рук Джолі»* (ukrinform.ua.); «***Режисерка** з України стане членом журі кіноакадемії Оскар»* (Zik); «*останні шість років Роговцева ділить сцену з донькою та **режисеркою** Катериною Степанковою»* (День). «*З поетичними підрядниками допомогла українська **дослідниця** перекладу Ганна Косів, фаховий **знавець** англійської мови* (День). Академічний словник української мови жіночого роду слова «знавець» не фіксує [СУМ, Т. 3, с. 636.]. Однак в медіа уже функціонує слово «знавчиня», наприклад: «*Своїм рецептом краси та гарного настрою **знавчиня** світських пліток поділилася з журналом "Отдохни"»* (tabloid.pravda.com.ua); «*Рада за переможців і сподіваюся зустрітись з усіма на другому етапі, навесні», – прокоментувала турнір дніпровська **знавчиня** Ірина Садовникова* (dniprograd.org.).

У медіадискурсі гендерні стереотипи щодо соціалізації жінки виявляються в тому, що автори журналістських матеріалів у співвідносній парі чоловічого / жіночого роду віддають перевагу іменникам чоловічого роду: «*На зустріч із популярною українською актрисою прийшли більш ніж тисяча **шанувальників**»*; «*...разом із Кіркбі на сцену вийшли близько **десятька** молодих українських **співаків**»*; «*Тут зустрілися **викладачі** інклюзивної школи, **викладачі** центрів для дітей з обмеженими можливостями, незрячих дітей, дитячих садків»* (День); «*Рівний **партнер** перетворюється подекуди на **ментора** і "**цивілізатора**", а **адвокат** – на **прокурора**»* (Дзеркало тижня). Підкреслимо, словники пропонують гендерні пари, де іменники семантично є тотожними, а відрізняються гендерними ознаками: шанувальник / шанувальниця – «хто виявляє шану до кого-, чого-небудь» [СУМ, Т. 11, с. 405]; співак / співачка – «хто займається співом професійно» [СУМ, Т. 9, с. 513]; партнер / партнерка – «компаньйон, товариш у якій-небудь справі, у якому-небудь занятті» [СУМ, Т. 6, с. 79]; Вільний словник української мови пропонує гендерну пару адвоката до слова адвокат [СУМ, Т. 1, с. 19] – «юрист, що захищає обвинуваченого або веде якусь справу в суді, а також дає поради з правових питань». Гендерною парою до слова прокурор є розмовне прокурорша (жінка-прокурор) – «підтримує державне обвинувачення в суді» [СУМ, Т. 8, с. 211], що за граматико-стилістичними нормами є недоречним в офіційному й науковому стилі, але не забороняється в публіцистичному, проте стилістично маркується як таке, що належить до зниженої лексики. Слово ментор на сьогодні не має гендерної пари і вживається лише як іменник чоловічого роду: «наставник, керівник, вихователь». У іменника поліціант на позначення «особи, що служить у поліції» [СУМ, Т. 7, с. 84] з'явилася гендерна пара – неологізм із таким же значенням – поліціантка. Функціонування цього слова в текстах мас-медіа засвідчує, що фемінінність та маскулінність протиставлені одне одному в площині якісної оцінки. «*Свої думки щодо перемовин у Мінську робить головний **поліціант** у країні»* (День); «***Поліціант** затримав грабіжника за кілька хвилин завдяки перехожим, які вказували йому напрямок»* (Інформаційний акцент); «*Коломийський поліціант виховав чемпіонку Європи з важкої атлетики»* (galka.if.ua); «*Колишня **поліціантка** відмовилася працювати в "Муніципальній варті" (Франківчани.)*; «***Найкрасивіша** поліціантка столиці відзначила ювілей (ZNAJ.UA)*; «***Найсексуальніша** поліціантка Києва оштрафувала водія Bentley»* (Обозреватель); «*Луцька поліціантка заперечує, що*

приїхала на роботу **нетверезою**» (Слово Волині). У наведених прикладах оцінка осіб за гендерними ознаками не позбавлена стереотипів: якщо емоційно нейтральна властива для характеристики як особи жіночої, так і чоловічої статі; то позитивний оцінний контекст мають висловлювання про *поліціант*, де розкриваються його професійні, соціально значущі риси; тоді як *поліціантку* автори повідомлень оцінюють переважно з позицій фізіологічних особливостей жіночої статі і часто з негативно-іронічним контекстом.

Наведені приклади засвідчили, що в мові мас-медіа простежується традиційний, патріархатний підхід до висвітлення питань соціальної реалізації осіб жіночої і чоловічої статі, що проявляється через загальну тенденцію журналістського мовлення до гендерної асиметрії, зумовлену традиційним андроцентризмом мови. А відтак важливим є питання дотримання принципів гендерно коректної комунікації в мас-медіа, що вимагає відмови від дискурсів патріархатного типу і заміну їх якісно новими, автори яких не лише продемонструють розуміння теоретичних постулатів гендерології, порушуватимуть соціально важливі проблеми, пов'язані з питаннями статі, але й здатні дотримуватися норм і правил гендерно коректного письма.

Ситуація в українському мовленні поступово змінюється на користь активного слововживання іменників жіночого роду як вербалізаторів соціальної статі, чому, на нашу думку, сприяла кодифікація норм словотворення фемінтивів в оновленій редакції Українського правопису 2019 року. Вагому роль у поширенні словотвірних новацій, формуванні культури гендерно коректного мовлення виконують мас-медіа. Як уважає голова Національної комісії зі стандартів державної мови Оріся Демська, «насправді присутність фемінтивів у мові є маркерами гендерної рівності в суспільстві. Якщо чоловік і жінка можуть виконувати однакові функції і нести однакову відповідальність в соціальній, державній, громадській сфері, це завжди відображено в мові. А в українському суспільстві, для якого демократичний устрій є типовим, фемінтиви в мові мають дуже давню традицію. Інша річ, що за радянський період у нас явно домінувала маскулінна політична культура, яка не потребувала забезпечення жіночими назвами. Але на сьогодні ми говоримо про гендерну рівність і гендерну справедливість, яка, відповідно, відобразатиметься в мові. У суспільствах, де гендерна справедливість вже давно існує, це засвідчено в мові, принаймні в німецькій і польській точно» (Gazeta.ua, 27 серпня 2020).

Моніторинг текстових матеріалів газети «День» (червень 2019 – грудень 2020) щодо функціонування фемінтивів/маскулінативів засвідчив тенденцію до активізації саме фемінної лексики: *Нашу країну представляла Тетяна Литвінова, українська журналістка й ведуча телеканалу "Еспресо"*; **Професорка** помітила, що очевидці подій викривлюють їх, тому фахівцям важливо помічати ці проблеми; **Мисткиня** громадської організації «Етномайстерня «Коло», відома на Вінниччині **вишивальниця** Анастасія Фоміна за час карантину відтворила дві сорочки за роботами Василя Тропініна; **Переможця** визначило професійне журі українських кінематографістів: **продюсерка** та **директорка** Одеського міжнародного кінофестивалю Юлія Сінькевич, ...; **Столик** став одним із безперечних фаворитів виставки, а **дизайнерка** отримала пропозицію співпраці від всесвітньо відомого французького бренду; **Узяли участь і доповідачки** з Інституту літератури Г. Улара та Н. Сквіра; **Зокрема чи не найбільш яскравою** минулого тижня була розмова з **неймовірною в усіх сенсах людиною і суперовою філологинею** Світланою Ковтюх.

Предметом нашого зацікавлення стали найбільш уживані спільнокореневі іменники жіночого і чоловічого роду, що використовувалися для називання осіб жіночої статі за родом діяльності: журналістка/журналіст, професорка/професор, мисткиня/митець, директорка/директор, депутатка/депутат, вихователька/вихователь, кореспондентка/кореспондент, авторка/автор, студентка/студент, лікарка/лікар, дизайнерка/дизайнер, продавчиня/продавець, радниця/радник, редакторка/редактор,

доповідачка/доповідач, організаторка/організатор, філологиня/філолог, медпрацівниця/медпрацівник, лекторка/лектор, соціологиня/соціолог, медичка/медик. Найбільш активно автори медіатекстів використовували такі фемінітиви (за кількістю слововживань) журналістка – 68, мисткиня – 70, депутатка – 92, авторка – 96, редакторка – 99, директорка – 103. Найменше: медіапрацівниця – 0, філологиня – 6, продавчиня – 11. Семантичні й словотвірні особливості цих слів не вплинули на активність слововживання. Практично всі ці лексеми є загальноновживаними, належать традиційному українському узусу, що засвідчено в одинадцятитомному тлумачному словнику української мови. Новотворами є лише дизайнерка, філологиня, медіапрацівниця. Інша ситуація щодо використання маскулінативів – словотвірних корелятивів проаналізованих фемінітивів – на позначення осіб жіночої статі. Незначну активність виявили лише такі лексеми, як журналіст – 4, професор – 6, митець – 1, директор – 5, кореспондент – 11, дизайнер – 8, філолог – 2. Як бачимо, маскулінативи як назви осіб жіночої статі втрачають свої позиції. Загальні статистичні підрахунки дають підстави для аналогічного висновку: фемінітиви – 445 випадків слововживань, маскулінативи – 47. Крім того, спостерігається й часова тенденція до активізації феміної лексики – від 15 слововживань до 69 на місяць. Таким чином, можемо говорити про те, що, з одного боку, правописне унормування словотворення назв осіб жіночої статі за родом діяльності чи професією сприяло утворенню гендерно коректного мовлення в мас-медіа, а з іншого – практика медіамовлення сприяла тому, що фемінітиви стали активною частиною українського узусу.

Висновки та перспективи

Засобом досягнення гендерно коректної комунікації є гендерночутливе мовлення – використання мовних ресурсів, зокрема феміної лексики на позначення осіб жіночої статі за родом діяльності або за професією, з метою уникнення гендерної дискримінації в медіамовленні зокрема. Українська мова має значний потенціал для дотримання гендерно коректного мовлення – *гендерні* лексеми, представлені грамами чоловічого або жіночого роду: 1) у яких семи фемінності / маскулінності зафіксовані узуально й змістовно однаково виявляються в сигніфікативному і денотативно-референтному плані; 2) які в сигніфікативному плані є «безстатевими», але в денотативно-референтному – мають зафіксовану узуально здатність називати особу чоловічої або жіночої статі; *бігендерні* – з граматичного погляду розщеплені на дві родові форми, позбавлені іманентних ознак фемінності / маскулінності, проте здатні називати як осіб жіночої, так і чоловічої статі за родом діяльності чи професією; *агендерні*, яким властива системна незалежність гендерних характеристик від граматичного роду, можуть виражатися будь-якими родовими грамами.

На сьогодні спостерігається тенденція до активізації фемінітивів у мас-медійному дискурсі, що є яскравим виявом мовної політики, спрямованої на розширення цієї лексико-семантичної групи, утвердження гендерної культури в мові.

Проте вживання фемінітивів у мові ЗМІ не стало системним: наявні лексичні лакуни в найменуваннях жіночих професій, гендерна асиметрія (граматична й семантична), що пояснюються ситуативно-прагматичними використанням бігендерних та агендерних лексем як найменувань осіб жіночої статі за їх соціальними ролями; наявні прояви стереотипних уявлень про соціальні ролі чоловіка і жінки. А відтак важливим є питання дотримання принципів гендерно коректної комунікації в мас-медіа, що вимагає відмови від дискурсів патріархатного типу і заміну їх якісно новими, автори яких не лише продемонструють розуміння теоретичних постулатів гендерології, порушуватимуть соціально важливі проблеми, пов'язані з питаннями статі, але й будуть здатні дотримуватися норм і правил гендерно коректного письма.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійченко Ю. В. Особливості лінгвістичного сексизму в іспанських жаргах, загадках, прислів'ях. Ю. В. Андрійченко. Нова філологія. 2014. № 62. С. 118-122.
2. Вихованець І. Р. Теоретична морфологія української мови: Академ. граматика укр. Мови. І. Вихованець, К. Городенська; За ред. І. Вихованця. Київ: Унів. вид-во «Пульсари», 2004. 400 с.
3. Малахова О. А. Теоретико-методологічні засади гендерної експертизи підручників. О. А. Малахова, О. А. Марущенко, Т. В. Дрожжина, Т. В. Коробкіна. Експертиза шкільних підручників: інструктивно-методичні матеріали. Київ: Педагогічна думка, 2016. С. 48–56.
4. Садовнікова О. Художня актуалізація концепту «Кохання» у творах Юрія Винничука. О. Садовнікова, М. Лагута. Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти : матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф. Суми, 2016. С. 177–180.
5. Сидоренко О. Вербалізація соціальної статі в медіадискурсі: лексико-граматичний і функціонально-семантичний аспекти. О. Сидоренко, В. Немеш. Філологічні трактати. 2018. Т. 10, № 4. С. 86-94.
6. Сидоренко О. Гендерні варіації художнього осмислення концепту «Любов» у сучасній прозі. О. Сидоренко, М. Лагута. Філологічні трактати. 2017. Т. 9, № 4. С. 86-94.
7. Словник української мови: в 11 томах. Київ: Наукова думка, 1970-1980.
8. Труб В. М. Про гендерні особливості деяких частин мови. В. М. Труб. Ucrainika II. Současná ucrainistika. Problémy jazyka, literatury a kultury. Olomouc, 2006. p. 281–291.
9. Халіман О. В. Оцінні значення іменників спільного роду як проблема лексикографування. О. В. Халіман. Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Мовознавство». Вип. 17. Т. 2. № 11. 2011. С. 172–179.
10. Шкурадяна Н. Г. Сучасна українська літературна мова: навч. Посібник. Н. Г. Шкурадяна, С. В. Шевчук. Київ: Літера, 2000. 688 с.

REFERENCES

1. Andriichenko Yu. V. Osoblyvosti linhvistychnoho seksyzmu v ispanskykh zhartakh, zahadkakh, prysliviakh. Yu. V. Andriichenko. Nova filolohiia. 2014. № 62. S. 118-122.
2. Vykhoanets I. R. Teoretychna morfolohiia ukrainskoi movy: Akadem. hramatyka ukr. Movy. I. Vykhoanets, K. Horodenska; Za red. I. Vykhoantsia. Kyiv: Univ. vyd-vo «Pulsary», 2004. 400 s.
3. Malakhova O. A. Teoretyko-metodolohichni zasady hendernoї ekspertyzy pidruchnykiv. O. A. Malakhova, O. A. Marushchenko, T. V. Drozhzhyna, T. V. Korobkina. Ekspertyza shkilnykh pidruchnykiv: instruktyvno-metodychni materialy. Kyiv: Pedahohichna dumka, 2016. S. 48–56.
4. Sadovnikova O. Khudozhnia aktualizatsiia kontseptu «Kokhannia» u tvorakh Yuriia Vynnychuka. O. Sadovnikova, M. Lahuta. Zhurnalistska osvita v Ukraini: svitovi profesiini standarty : materialy KhII Mizhnar. nauk.-prakt. konf. Sumy, 2016. S. 177–180.
5. Sydorenko O. Verbalizatsiia sotsialnoi stati v mediadyskursi: leksyko-hramatychnyi i funktsionalno-semantychnyi aspekty. O. Sydorenko, V. Nemesh. Filolohichni traktaty. 2018. T. 10, № 4. S. 86-94.
6. Sydorenko O. Henderni variatsii khudozhnoho osmyslennia kontseptu «Liubov» u suchasniї prozi. O. Sydorenko, M. Lahuta. Filolohichni traktaty. 2017. T. 9, № 4. S. 86-94.

7. Slovnyk ukrainskoi movy: v 11 tomakh. Kyiv: Naukova dumka, 1970-1980.
8. Trub V. M. Pro henderni osoblyvosti deiakykh chastyn movy. V. M. Trub. Ukrainika II. Současná ucrajinistika. Problémy jazyka, literatury a kultury. Olomouc, 2006. p. 281–291.
9. Khaliman O. V. Otsinni znachennia imennykiv spilnoho rodu yak problema leksykohrafuvannia. O. V. Khaliman. Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Seriiia «Movoznavstvo». Vyp. 17. T. 2. № 11. 2011. S. 172–179.
10. Shkuratiana N. H. Suchasna ukrainska literaturna mova: navch. Posibnyk. N. H. Shkuratiana, S. V. Shevchuk. Kyiv: Litera, 2000. 688 s.

Received: 11 March, 2022