

УДК 007 : 81'37 : 394.2 : 379.8.093 : 316.776

МАС-МЕДІЙНИЙ ОБРАЗ 8 БЕРЕЗНЯ КРИЗЬ ПРИЗМУ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО АНАЛІЗУ

МІРОШНИЧЕНКО Павло,

канд. філол. наук, доц.,

Запорізький національний університет, вул. Жуковського, 66 А, Запоріжжя, 69600, Україна, e-mail: pavlomirosh15@gmail.com.

Мета статті – схарактеризувати мас-медійний образ концепту 8 Березня як прояв дискурсивної, гендерованої влади. Розуміння сутності Міжнародного жіночого дня варіювалося під впливом різноманітних соціокультурних змін. Нині мас-медіа в трансляції смислів 8 Березня віддають перевагу тим із них, які вноормовують невиразну суб'єктність жінки, її ледь що не природну залежність від різних проявів чоловічої уваги. Лінгвокультурологічний аналіз концепту 8 Березня виявив культурно-історичну традицію в позбавленні жінки суб'єктності, суспільному санкціонуванні її залежності від чоловіка. Моніторинг програм популярних українських радіостанцій засвідчив неабияке значення та вагому роль панівних чоловічих стереотипів і установок у моделюванні образу 8 Березня.

Ключові слова: мас-медіа, гендер, концепт, образ, радіо.

MASS-MEDIA IMAGE OF MARCH 8 THROUGH THE PRISM OF CONCEPTUAL ANALYSIS

The main objective of the study is to characterize the concept of March 8 as a manifestation of discursive, gendered power in mass-media. Understanding the essence of the International Women's Day varied under the influence of socio-cultural changes. Today, the mass media in the broadcast of the meanings of March 8 are preferring those messages that impose the woman's image as an object, almost natural dependence of woman on various manifestations of male attention. The linguacultural analysis of the concept of March 8 revealed the cultural-historical tradition of denying women's subjectivity, the affirmation of women's dependence on men. The monitoring of the programs of popular Ukrainian radio stations showed the image of March 8 on the radio air is constructed according to the laws of the hegemonic culture of masculinity.

Key words: mass media, gender, concept, image, radio.

Вступ. Святкові дні в календарі будь-якої країни, як і певні ритуали й обряди зі святами пов'язані, можна розглядати крізь призму ментальної специфіки національної лінгвокультурної спільноти. Отже, свято як концепт є ментальною, інформаційною структурою, що відображає знання та соціально-культурний досвід народу. Розуміння «концепту» в цій науковій розвідці відповідає лінгвокультурологічному підходу (В. Маслова [1], Ю. Степанов та ін.). Концепт – семантичне утворення, що частотою та широтою мовної саморепрезентації характеризує носіїв певної культури.

Говорячи про концепт 8 Березня в посттоталітарному українському суспільстві, неможливо не відзначити певну атрофію в масовій свідомості правозахисної компоненти його семантичного спектра: боротьба жіноцтва за рівність прав і проти найрізноманітніших форм дискримінації особистості послідовно відсувається на маргінес поняттєвого ядра концепту. ЗМК відіграють у цьому процесі чималу роль, надаючи ваги іншим, первинно неважливим, додатковим нюансам семантики Міжнародного жіночого дня в суспільстві споживання. Часто-густо в мас-медійних матеріалах до 8 Березня поширюються непрямі форми гендерної дискримінації, в яких наголошу-

ється на залежності жіноцтва від чоловічої уваги, зокрема, проявленої у формі подарунків.

Які конотації має концепт 8 Березня, репрезентований в ефірі українських комерційних радіостанцій? Чи звертають увагу популярні українські радіомовники на гендерну нерівність у суспільстві, зокрема на різні форми дискримінації жінок? Чи автори та ведучі радіопрограм самі вдаються до мовної дискримінації жіноцтва? Спробою знайти відповіді на такі актуальні питання і є ця наукова розвідка.

Мета статті – схарактеризувати мас-медійний образ концепту 8 Березня як прояв дискурсивної, гендерованої влади.

Для реалізації задекларованої мети слід виконати такі *завдання*:

1. Встановити причини змістової мінливості свята 8 Березня в українському суспільстві, трансформації його сутності, а також спектр ставлень сучасних українців до нього;

2. За допомогою лінгвокультурологічного концептуального аналізу встановити структуру концепту 8 Березня як комплексу соціокультурно детермінованих уявлень про свято, зафіксованих у словниково-довідниковій академічній літературі, в контексті мас-медіа;

3. За допомогою моніторингу програм популярних українських комерційних радіостанцій, зокрема аналізу провідних асоціацій, гендерних установок і стереотипів, сконструйованих владними дискурсами та поширених соціокультурними практиками, змоделювати мас-медійний образ лінгвокультурного концепту 8 Березня.

Концепт 8 Березня в сучасній гуманітарній науці, в різних галузях соціологічного знання, зокрема з погляду соціальних комунікацій, вивчається за допомогою різних методологічних підходів від 90-х років минулого століття. Особливий акцент на ролі та значенні впливу партійно-ідеологічної системи СРСР на формування суспільно значущих смислів Міжнародного жіночого дня в масовій свідомості роблять представники такої історичної дисципліни, як геортологія (еортологія), що досліджують свята, ритуально-обрядові дійства. У працях О. Пенькової, О. Тєвікової, Ю.Каганова, В. Зоца та ін. наявні спроби схарактеризувати радянські свята й обряди, з ними пов'язані, як дієві інструменти політико-ідеологічної пропаганди.

Безумовно, надзвичайно високий науково-дослідницький інтерес до теми проявляють представниці гендерних студій у галузі соціології, психології, лінгвістики, культурології, історії, зокрема О. Горошко [2], М. Дмитрієва, А. Кириліна, О.Іванова, Л. Ставицька, О. Стрельник, О. Плахотнік, О. Кісь та ін. У соціальних комунікаціях попит на дослідження гендерної проблематики так само високий. Серед активних розробниць цього питання в історії, теорії та практиці журналістики варто назвати Н. Сидоренко, О. Поду, А. Волобуєву, Н. Остапенко та ін. Говорячи про особливості стереотипотворення за допомогою мас-медійних засобів, не можна не відзначити глибокі дослідження М. Бутиріної, Л. Хавкіної та ін. Особливості застосування концептуального аналізу в галузі соціальних комунікацій добре продемонстровано в роботах Л. Василик.

Методи дослідження. Метод систематизації й інтерпретації даних актуальних соціологічних опитувань, соціолінгвістичних, суспільствознавчих і лінгвокультурологічних досліджень, а також моніторинг публікацій авторитетних інтернет-видань з теми статті, дали змогу виявити причини мінливості змісту свята 8 Березня в процесі історичного розвитку українського суспільства, культивування в масовій культурі певних ідеологічних і споживацьких обрядів і ритуалів його відзначення, переважання комерційних і маркетингових масових уявлень про сутність Міжнародного жіночого дня в посттоталітарному українському соціумі. Лінгвокультурологічний концептуальний аналіз дозволив дослідити «8 Березня» як культурно детерміноване поняття, що вербалізується за допомогою номінаторів, наділених яскравою образністю, що мають стабільний ціннісний компонент у власній структурі, широкі,

зокрема мас-медійні, контексти функціонування. Моніторинг програм усеукраїнських комерційних радіостанцій дав змогу виявити провідні гендерні установки та стереотипи, на основі яких і змодельовано трансльований ЗМК образ 8 Березня.

Результати й обговорення. Міжнародний жіночий день, який офіційно в Україні відзначають від 1921 р., постійно модифікував власний зміст суголосно змінам у політичному порядку денному, у визначенні ролі та суспільно корисних завданнях жінки, про які, на думку партійних ідеологів і керівників, жіноцтву Країни Рад треба було нагадувати. До числа так званих «усенародних» (державних) свят 8 Березня, як зауважує Ю. Каганов, увійшло від 1 жовтня 1980 р. згідно з Указом Верховної Ради СРСР «Про святкові та пам’ятні дні» [3].

8 число першого місяця весни для пропагування солідарності жінок у боротьбі за рівні права обране не випадково. На думку О. Кісь, саме 8 березня (23 лютого за старими стилями) 1917 р. в Петрограді відбулися масові жіночі демонстрації з вимогами «Хлібу й миру». Невдовзі, зазначає дослідниця, «більшовики були змушені віддячити жінкам за підтримку і визнати їхній внесок у революційні події, законодавчо закріпивши рівні політичні, соціальні та громадянські права жінок» [4] у СРСР.

До 1965–70-х рр. в «обрядовості» 8 Березня не спостерігалось різючих змін: у вітаннях жінок на офіційному рівні, з президій засідань і сцен святкових концертів, наголошувалося насамперед на першорядній ролі статусу жінки-трудівниці в соціалістичному суспільстві планової економіки з притаманними йому численними змаганнями трудових колективів, перевиконанням плану, встановленням виробничих рекордів тощо. У певні періоди, зокрема в повоєнні роки, партійно-ідеологічний акцент у святкуванні Міжнародного жіночого дня зміщувався з уславлення трудівниці на прославляння матері, адже в умовах демографічної кризи в державі влада вважала за потрібне наголошувати на винятковому значенні для щасливого майбутнього країни репродуктивної функції жіноцтва. Як зауважує О. Кісь, від часів «хрущовської відлиги», коли день 8 Березня набув статусу недержавного вихідного дня, від простої декларативної заяви «радянська жінка – вільна та рівноправна» не на офіційному, масовому рівні послідовно відмовляються, що пов’язано з лібералізацією суспільно-політичного курсу. Відтоді Міжнародний жіночий день поступово «одомашнюється» [4]. Приватна, сімейна сфера, до якої, поряд із офіційною, переноситься святкування 8 Березня, накладає власний відбиток на «обрядовість» цього дня: популяризуються такі віншувальні кліше, як «зі святом жінок», «зі святом жіночності, краси та весни» тощо, послідовно набуває ознак ритуалу «піднесення дарів» жінкам, дівчатам, матерям, сестрам, колегам жіночої статі як «хранителькам родинного вогнища», «берегиням роду», «натхненницям і музам» чоловіків.

Від 80-х років минулого століття до сьогодні в концепті 8 Березня як Міжнародного дня прав жінок (резолюція №32/142 Генасамблеї ООН від 1977 р.) поступово слабшав і розмивався гендерний аспект, пов’язаний із боротьбою за забезпечення реальних, а не декларативних, рівних прав жінок у суспільстві. Відповідно, в посттоталітарній Україні, не без допомоги ЗМК, поширювався, й популяризується досі, образ 8 Березня, сформований партійно-ідеологічною машиною в пізньорадянську добу та геть далекий від первинних і сутнісних ідей цього дня, як Міжнародного жіночого. Цілковито справедливо зауважує дослідниця О. Кісь, «украдене свято повернули проти самих жінок: лицемірне звеличення та обдаровування жінок один день на рік відбувалося в умовах повсюдної їх експлуатації й дискримінації, ігнорування численних потреб та проблем жіноцтва у країні рад, де «жіноче питання» давно вважалося вирішеним» [4].

Компанія Kantar TNS Online Track протягом 2016 та 2017 років проводила опитування серед українців, щоб виявити ставлення громадян до свята 8 Березня. За даними 2017 р., намір відзначити цього дня «свято жінок» має 82 % опитаних [5]. Частка тих, хто вважає 8 Березня неабияким приводом нагадати суспільству про

права жінок, сягає майже 20 % [5]. Серед респондентів, які так вважають, переважає молодь до 30 років.

Так само у 2017 р. міжнародний кадровий портал hh.ua провів власне опитування на тему ставлення жінок і чоловіків до 8 Березня. Відповідно до результатів, «понад половина українців асоціюють 8 Березня з початком весни, жіночністю і красою. Кожен третій «білий комірець» зазначив, що для нього 8 березня – це, передусім, вихідний і вільний від роботи час. Водночас кожен шостий вважає це свято гарним приводом для виявлення знаків уваги рідним, колегам і друзям» [6]. Про те, що в цей день годиться згадувати про права жінок, знає кожен 6 опитуваний, а кожен 9 респондент вважає 8 Березня пережитком радянського минулого [6].

Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) з 09 до 18 лютого 2018 р. провів опитування громадської думки на тему «Ставлення українців до державних свят». Згідно з результатами, Міжнародний жіночий день є найпопулярнішим для 45 % опитаних і посідає четверте місце в переліку улюблених свят серед українців [7]. Порівняно з 2017 р., свідчать дані опитування КМІСу, число активних шанувальників 8 Березня зменшилося на 4 % [7]. За результатами дослідження, найбільш популярним Міжнародний жіночий день є серед молоді (18–39 років), жінок, жителів Сходу України.

Можливо, таку масову відданість святу 8 Березня доцільно пояснити позитивними асоціаціями, пов'язаними з числом «вісім», у колективному несвідомому? Як зауважує В. Маслова, «вісім – в окультизмі – символ рівноваги. Геометричне вираження цього числа – восьмигранник – вважається проміжною фігурою між квадратом і колом, що сполучає в собі стійкість, постійність першого та цілісність другого» [1, с. 93].

Водночас М. Попович, спираючись на ґрунтовні дослідження загальнослов'янського, зокрема українського, міфологічного світогляду, на поширеність приписування сакрального значення вісімці не наполягає. На думку філософа, магічне та сакральне наповнення притаманне числу «сім», що організовує український та, власне, східнослов'янський міфологічний простір аж до прийняття християнства. Зрештою, відгомін прадавніх сакральних знаків, пов'язаних із сімкою, послідовно проявляється і в християнізованих колядках, народно-пісенній традиції не тільки старої, а й нової української культури [8, с. 34]. У культурно-антропологічній інтерпретації структури міфологічного простору українства на основі числа «сім» чітко проступає глибинне значення символів кола та квадрата, притаманних і числу «вісім». Так, М. Попович зазначає, що «до виділення трьох рівнів та чотирьох сторін світу додається символ кола як засобу відокремити свій, освоєний світ від світу чужого, дикого, небезпечного. Садиба, по-українськи – «обійстя», дослівно означає «місце, яке обходять навколо»... Коло символізувало одиницю-цілісність, чотирикутну будова – упорядковану безконечність світу» [8, с. 34–35]. Ще з дохристиянських часів, і народно-пісенна творчість фіксує це, жінка, асоційована з колом, серединною частиною світового дерева в язичницькій міфології слов'янства, Сонцем у його космогонії, мала пам'ятати про ревне виконання власних «священних» функцій. Як зауважує М. Попович, «у колядках, що мають явно дохристиянський характер, але вживають християнську термінологію..., мужчина символізується Місяцем, жінка – Сонцем... по-різному характеризуються функції місячного і сонячного світла. Функція сонячного світла – в його животворності..., натомість функція місячного світла – не гріти, а освятити шлях...» [8, с. 37–38]. Відповідно, цілком гармонійно вкладаються в канву закладених у колективне несвідоме українства символів часопросторової структури світу (вперед – схід – ранок – весна), притаманних міфологічній свідомості, наполегливо пропаговані владними дискурсами в ритуально-обрядовій символіці 8 Березня ролі жінки-берегині, жінки-матері, антропоморфізованої Весни, язичницьких богинь із культом любові, родючості тощо.

Незважаючи на недостатньо науково обґрунтовану інформацію з історичних, етнографічних і культурологічних джерел про роль і місце в слов'янському дохристиянському пантеоні жіночих божеств і їх функцій, дослідники загалом переконливо стверджують про основоположне в язичницькій космогонії східних слов'ян значення богині-матері – Мокоші. На думку науковців, «у зображеннях, які дійшли до нас через традиційні вишивки на рушниках – сакральних предметах побуту – жінка-богиня або заміщується деревом, або схожа на дерево. Уподібнення жіночого персонажа слов'янського пантеону світовому дереву означає, що богиня-Мати мала функції упорядкування Всесвіту... Це цілком відповідає символізації жінки Сонцем у сімейному мікрокосмі» [8, с. 41].

У ґрунтовних наукових розвідках Н. Велецької, В'яч. Іванова та В. Топорова, Б. Рибаківа, М. Поповича та ін., присвячених розумінню й інтерпретації давньослов'янського календарного культу, з жіночими божествами та санкціонуванням через ритуали й обрядові дійства функцій і ролей жінок у суспільстві пов'язані свята весняно-літнього й осіннього циклу. Зокрема, Масляна (Масниця), що за часів язичництва припадала на день весняного рівнодення, в карнавальній сміловій атмосфері переодягання з імітацією весілля та похорону, з певними стравами символізувала початок нового року, циклічність міфологічного часу, родючість. Восени особливо шанованим, імовірно, було свято бога Рода та рожаниць. Як зауважує М. Попович, «осінь – час весілля. Першого тижня листопада святкувалось жіноче свято, пов'язане з Мокошшю» [8, с. 50]. Загалом, за спостереженнями науковців, ґендерна належність певних свят і ритуально-обрядових дій у язичницькому культурі чітко співвідносилася з уявленнями давніх слов'ян про часопросторову структуру світу: «захід – вечір – осінь мають символіку родючості, множинності і пов'язані з долею, Родом і рожаницями, зоряним небом; весна – ранок – схід, світло-зоря, що пробуджують від темряви... і зберігають пам'ять про бога-Отця-Небо (блиск, сяйво) та велику Матір» [8, с. 50]. Південь і північ як частини світу в язичницькому давньослов'янському світогляді асоціювалися з культом чоловічих богів.

Для того, щоб дослідити специфіку концептуалізації 8 Березня в мас-медійному просторі, варто визначити лінгвокультурологічне підґрунтя ціннісних і образних складників цього концепту. Тобто, за допомогою авторитетної словникової та довідникової літератури потрібно визначити й об'єктивувати такі домінантні нині в суспільній практиці номінатори 8 Березня, як «жінка», «берегиня», «весна».

Академічний «Словник української мови» подає слово «жінка» з трьома основними значеннями: «1. Особа жіночої статі; протилежне чоловік... 2. Доросла, на відміну від маленької дівчинки... 3. Заміжня особа стосовно до свого чоловіка... // Взагалі заміжня особа жіночої статі» [9, с. 536.]. Слово «берегиня» в тлумачному словнику має лише одне значення з позначкою «діалектне» – русалка [10, с. 158.]. Єдине значення в словнику зафіксовано стосовно слова «березень» – «третій календарний місяць року» [10, с. 160]. Лексему «весна» «Словник української мови» подає з такими значеннями: «1. Пору року між зимою і літом, яка характеризується подовженням дня, потеплінням, появою перелітних птахів, розквітом рослин і т. ін... 2. перен. Молодість, роки дитинства і юності...; // Що-небудь початкове, яке провіщає розквіт, розвиток, перемогу чогось...; // Світле, радісне почуття... 3. Рік (тільки при визначенні віку кого-небудь)» [10, с. 341].

«Практичний словник синонімів української мови» С. Караванського фіксує слово «жінка» з достатньо широким синонімічним ґніздом. Щоправда, в наведених у словнику синонімах проглядає відбиток тривалого панування в суспільстві патріархату, що проявляється в тенденції до об'єктивації жінки через протиставлення чоловікові, визначення її сутності через ту чи іншу соціально-культурну роль тощо. Зокрема, словникова стаття фіксує синонім «баба» з позначкою «жива мова», урочисте «невіста, / вічна/ жона», жартівливе «Адамове ребро», зневажливе «спідни-

ця» [11, с. 112]. Зі значенням прямої належності чоловікові в синонімічному гнізді слова подано: «(молода одружена) молодиця; (моя) дружина, пара, подруга, супутниця / життя/» [11, с. 112], або ж «фамільярне “стара, моя”» [11, с. 112].

«Фразеологічний словник української мови» Г. Удовиченка загалом не фіксує жодного усталеного виразу з номінаторами концепту 8 Березня. Водночас у словникові наявні фразеологізми, пов'язані зі словом «баба», як одним із синонімів до слова «жінка». З них шести жоден не позбавлений іронічного, гумористичного, почасти саркастичного значення, що, ймовірно, обумовлено традиційно залежним становищем жінки в суспільстві, недостатньою її суб'єктністю. Зокрема, варто звернути увагу на такі усталені вирази, як «вража баба» – «лиха, недоброзичлива жінка» [12, с. 124], «не мала баба клопоту» – «виражає негативне ставлення до того, що трапилось, або небажання зробити послугу кому-небудь» [13, с. 64], «не допоможе бабі кадило» – «про примхливу, вередливу жінку» [13, с. 69] та ін.

«Український асоціативний словник» С. Мартінек на стимул «жінка» подає чималу кількість як чоловічих, так і жіночих реакцій. Найбільша кількість респондентів і респонденток протиставляє жінку чоловікові – 9 чоловіків і 14 жінок саме так відреагували на слово-стимул уперше [14, с. 122]. Восьмеро опитаних чоловіків запропонували асоціацію «дружина», четверо – «гарна», по двоє – «груди», «любов», «мати», «сім'я» [14, с. 122]. Серед одиничних первинних чоловічих реакцій на слово-стимул «жінка» зафіксовано, з-поміж інших, і такі асоціації, як «активіст», «баба», «берегиня», «вагітна», «принцеса», «любима», «секс», «родовід», «основа» [14, с. 122]. Другою за популярністю серед респонденток асоціацією зі стимулом «жінка» стала «краса – восьмеро опитаних жінок видали таку первинну реакцію [14, с. 122]. З-поміж найпопулярніших жіночих первинних асоціацій зі словом «жінка» варто відзначити соціальні ролі матері («мати», «мама», «матір») та дружини [14, с. 122]. Цікаво, що асоціації «Берегиня», «берегиня роду», як і «без права голосу», належать до одиничних первинних реакцій на слово-стимул «жінка» [14, с. 122]. Натомість чимало респонденток включає в асоціативне поле слова «жінка» такі характеристики, як «гарна» (4 опитаних), «вірна» (3 опитаних), «добра» та «мудра» (2 опитаних) [14, с. 122].

Слово «жіночий» і в чоловіків, і в жінок здебільшого викликало спільну асоціацію «одяг» – 24 респонденти та 25 респонденток саме так відреагували на стимул [14, с. 122]. Семеро опитаних чоловіків асоціюють «жіночий» з «родом», п'ятеро – з «поглядом» і «чоловічим» [14, с. 122]. Троє респондентів запропонували такі асоціації, як «голос», «інстинкт», «краса», «стать» [14, с. 122]. З-поміж поодиноких реакцій чоловіків на слово-стимул «жіночий» можна навести такі: «бюст», «дамський», «слабкий», «організм», «день» [14, с. 122]. Дев'ятеро респонденток асоціюють «жіноче» з «голосом» [14, с. 122]. «День», «костюм», «образ», «погляд», «рід», «стан» – чотири первинні реакції опитаних жінок на слово-стимул «жіночий» [14, с. 122]. Асоціації «інтуїція» та «розум» було згадано двічі. Серед одиничних реакцій респонденток можна назвати такі, як «always», «ворог», «краса», «колектив», «найкращий», «характер» [14, с. 122].

Реакція «березень», зафіксована в цьому ж таки словнику, аж ніяк не пов'язана ні з весною, ні зі святом Восьмого березня – це одинична асоціація зі словами-стимулами «неймовірний» і «правий» [15, с. 22]. Реакція «весна» в переважній кількості опитаних викликана стимулами «зеленіти», «позеленіти», «зелений», «кохати» тощо [15, с. 47].

Широту спектра асоціацій, пов'язаних із 8 Березня, які виникають у пересічних громадян України, політичних партій, рухів і діячів, продемонстровано в матеріалах багатьох українських ЗМЖ. Цікавим і промовистим для діагностування рівня гендерної грамотності суспільства є огляд журналіста «Радіо «Свобода» Євгена Солонини «8 березня: жіночий день чи відкриття сезону “полювання на виборців”?».

Автор матеріалу, посиляючись на результати власних спостережень і думки авторитетних експертів, відзначає спроби багатьох політичних сил і їх лідерів під приводом вітання зі святом підкуповувати виборців, що свідчить про цинізм певної частини українського політикуму в ставленні до свят загалом, Міжнародного жіночого дня зокрема [16]. Євген Солонина провадить думку про те, що підкреслення ґендерних відмінностей у суспільстві є ознакою невисокого рівня його культури, адже має всі ознаки дискримінації людини в правах, зокрема на підставі її статі. Водночас авторський погляд на бажану сутність 8 Березня в нашому суспільстві проілюстровано заявою голови Спеціальної моніторингової місії ОБСЄ в Україні Ертуґула Апакана: «існує чітка необхідність інтеграції ґендерної проблематики і долучення більшої кількості жінок у процеси ухвалення рішень» [16].

Матеріал інтернет-видання «Ґендер в деталях» від 17 березня 2018 р. про перебіг мирних зібрань за права жінок в усій Україні та найбільш резонансні «виклики» ґендерній рівності [17] демонструє, як свідчить соціологія, непопулярний бік Міжнародного жіночого дня, маркетинговий і сексистський образ якого в Україні послідовно набуває концептуального характеру.

Початок послідовного розрізнення понять «стать» і «ґендер» у науковому дискурсі та суспільно значущих комунікаційних практиках припадає на 70-ті роки минулого століття. На думку дослідниці О. Горошко, Р. Унґер однією з перших запропонувала відрізнити ґендер від статі на підставі його розуміння як соціально-культурно та психологічно обумовлених проявів фемінного і маскулінного [2, с. 121]. Сприйняття ґендеру як соціально сконструйованої статі, а ґендерної ідентичності – як приймання та сповідування індивідами панівних у певній культурі поглядів на жіночість і мужність (О. Вороніна) усталились у сучасних ґендерних дослідженнях, ґендерно зорієнтованих культурологічних, літературознавчих, медіазнавчих студіях. Останні, зокрема, особливу увагу надають аналізу діяльності ЗМК із просування та закладання в свідомість індивідів і соціальних груп зразків суспільно схвалених і культурно регламентованих, так званих «гегемонних», зразків чоловічої та жіночої поведінки.

На думку О. Горошко, «гегемонна», культурно панівна, найпрестижніша в певному середовищі маскуліність характеризує тільки чоловіків, які стоять на вершині ґендерної ієрархії» [2, с. 167]. Незважаючи на певну історичну мінливість образу «справжнього» чоловіка, традиційним і тепер атрибутом маскуліності, тиражованим переважно більшістю мас-медіа світу, лишається фінансовий успіх як запорука талану в усьому, серед іншого й у взаєминах з жінками. До речі, розуміння «гегемонної» фемінності, навіть у постсучасних суспільствах, зазвичай формується з голосу панівної культури маскуліності. Про це, зокрема, свідчать результати лінгвістичного аналізу трьохсот фінансових статей впливових видань за 2017 р., у яких подано найактуальніші стереотипи щодо жінок і чоловіків. Згідно з даними, наведеними в дослідженні, «у 65 % матеріалів, цільовою аудиторією яких були жінки, вони зображалися як марнотратниці, нерозважливі люди зі схильністю до надмірних витрат, яким потрібно «стримувати» свої витрати та контролювати свій бюджет, аби заощаджувати... Фінансове планування для жінок, як правило, описується як складний і загрозливий процес, свого роду «мінне поле». У 71 % статей для жінок ішлося про полювання за знижками, в 90 % – про необхідність «скоротити витрати» [18]. Чоловіків же змальовано як апріорі досвідчених і успішних фінансистів, здатних раціоналізувати власні витрати, накопичувати кошти й ефективно їх інвестувати. Власне, сама сфера фінансового планування для чоловіків, відповідно до результатів дослідження, «це простір, наповнений можливостями» [18].

Ґендер як соціокультурна стать є однією з найважливіших характеристик особистості, що обумовлює «її соціальну, культурну та когнітивну орієнтацію в світі, зокрема через мову» [2, с. 254]. На думку О. Горошко, позаяк «ґендер вмонтовано як у структу-

ри індивідуальної, так і колективної свідомості, його потрібно вивчати також як когнітивну компоненту, що проявляється у стереотипах, які фіксує мова» [2, с. 256].

Для того, щоб виявити провідні гендерні стереотипи й установки, закладені у формування лінгвокультурного концепту 8 Березня мас-медійними засобами, було проведено моніторинг ранкових шоу трьох популярних усеукраїнських радіостанцій – «Хіт FM», «Русское радио», Radio Rocks. Всі вони входять до першої десятки найрейтинговіших радіостанцій, за даними останнього дослідження компанії «Kantar TNS в Україні» [19].

Варто відзначити, що жодне з популярних ракових шоу на обраних для моніторингу радіостанціях не вийшло в ефір саме 8 березня, тому дослідницьку увагу було зосереджено на випусках «Happy ранок» («Хіт FM»), «Будильники на «Русском» («Русское радио»), «Камтугеца» (Radio Rocks) 7 березня 2018 р. Загалом, усі радіостанції лівову частку ефірного часу в переддень Міжнародного жіночого дня присвятили порадам для чоловіків: як до свята готуватися, як його провести, що дарувати жінкам, а також, чим їх частувати. Питання, які б стосувалися захисту прав жінок, боротьби за гендерну рівність в українському суспільстві, тощо не порушувалися в ранкових шоу жодної з радіостанцій.

Ведучі ранкової програми на «Хіт FM» (Леонід Сенкевич, Микита Шевчук, Юлія Карпова) послідовно запроваджували в слухачську свідомість концепт 8 Березня з позиції гегемонної культури маскуліності. Жінка в уяві авторів і ведучих численних розважальних рубрик не надто відрізняється від уявлень про неї шанувальників патріархальності та так званих «традиційних цінностей». Так, у рубриці «Що приготувати жінці на 8 Березня?» Леонід Сенкевич насамперед пропонує чоловікам хоча б цього дня «звільнити жінку від стояння коло плити», непрямо вказуючи на ледь що не тотальну приреченість українського жіноцтва виконувати «священний обов'язок» із приготування їжі чоловікові, іншим членам родини (<https://www.hitfm.ua/happy/best/14649-scho-ptygotuvaty-zhynsi-na-8-bereznia-2018-03-07/>). Цікавою та промовистою деталлю, що емоційно підсилювала образ жінки-господині, поширюваний у програмі на радіо «Хіт FM», стала реклама торгової марки «Сквирянка», яка пропонує власну продукцію «для кожної господині».

У рубриці «Карпополітен: як вітати жінок з 8 Березня» ведуча Юлія Карпова намагалася прищепити чоловікам прогресивне, не сексистське ставлення до Міжнародного жіночого дня. Однак, навіть, побіжний аналіз висловлювань радіоведучої, а також реакцій на них її партнерів, виявляє концептуальну відповідність поглядів Юлії Карпової на сутність 8 Березня ритуальності й обрядовості цього свята, сконструйованих гегемонною культурою маскуліності в суспільстві споживання. Зокрема, ведуча наполегливо радила слухачам не називати в вітальних промовах жінок ні окрасами, ні прикрасами свята, життя тощо, адже, на думку Юлії Карпової, жінки є «музами та натхненницями чоловіків» (<https://www.hitfm.ua/happy/best/14646-karpopoliten-iak-vitaty-zhinok-z-8-bereznia-2018-03-07/>). Геть зовсім у дусі маскулінного дискурсу, що постулює невиразність суб'єктності жінки, природність її психологічної та матеріальної залежності від чоловіка, нерівноцінність партнерства між жінкою й чоловіком, лунали заяви радіоведучої, зокрема, про природу стосунків між статями. На переконання Юлії Карпової, це – своєрідний бартер: «Ми вам кохання, ви нам сережки». Загалом, притаманні ранковій програмі на «Хіт FM» гумор, комізм, подекуди сарказм, тон грайливості, атмосфера флірту в випуску напередодні Міжнародного жіночого дня маргіналізували гендерну проблематику, послідовно занурювали її в стихію сміхової культури, надавали їй відтінок несерйозності. На користь своєрідного розуміння свята 8 Березня промовляє ще й така фраза радіоведучої: «Це не свято мам і бабусь. Це суто гендерне свято!»

7 березня в ранковому шоу на «Русском радио» працювали самі чоловіки: постійні ведучі – Сергій Федотов і Кирил Капустін, а також новинар Андрій Чор-

новол. Упродовж усієї програми «Будильники на «Русском»» її автори й ведучі намагалися донести ідею фатальної приреченості чоловіків на підношення дарунків жінкам, а сама тема пошуку та вибору подарунків у чоловічому нарративі зазнала неабиякої невротизації. Про те, що з-поміж ґендерних ролей жінки ведучі віддають перевагу ролі дружини, свідчить рубрика «Квіти, які допоможуть виїти заміж» (<https://www.rusradio.ua/budilniki/best/3139-kakie-tsvety-pomogut-vyuti-zamuzh-2018-03-07/>). Хоча феномен жіночого футболу не викликав в ефірі очікуваних глузувань, кпинів і зверхності, питання про те, чи можна вважати квитки на будь-який футбольний матч гарним подарунком для жінки до 8 Березня, потонуло в гомеричному реготі ведучих і запрошеного гостя – співака Вадима Олійника. Презентуючи слухачкам радіостанції власну пісню «Ты любишь другого», артист побажав жінкам відзначити свято 8 Березня з «добрими та нежадібними чоловіками» (<https://www.rusradio.ua/budilniki/best/3140-oleynik-pro-zhenskiy-futbol-2018-03-07/>). Зверхній, часом поблажливий стосовно жіноцтва тон, іронія, гумор і гротеск у змалюванні взаємин чоловіка та жінки, послідовне підкреслення ірраціональності, нуміозності, жіночого ества, притаманні ранковому шоу «Будильники на “Русском”», цілком відповідають ґендерним стереотипам, поширеним у гегемонній культурі маскулінності.

Ведучі ранкового шоу «Камтугеца» на Radio Rocks напередодні Міжнародного жіночого дня, судячи з їхніх слів, навіть не планували надавати цій темі жодної уваги. Щоправда, в певних рубриках програми Соня Сотник і Сергій Кузін виявляли ставлення до 8 Березня здебільшого в непрямий спосіб. Так, у рубриці «Спам», зазначає ведуча, як недивно, та немає жодного повідомлення суголосного свята. Однак це не завадило їй використати для привернення уваги до Міжнародного жіночого дня спам-повідомлення про вудку. На думку Соні Сотник, рибальська вудка може бути вкрай непоганим подарунком для жінки 8 Березня, адже в колективі Radio Rocks принаймні дві співробітниці є зятими рибалками. Гумористичні аргументи ведучої на підтвердження «доцільності» та «доречності» саме такого подарунку жінкам супроводжувалися відверто сексистськими коментарями Сергія Кузіна. Зокрема, він порівняв наведені в оголошенні технічні характеристики вудки з «чеснотами» жінки: гнучкість, компактність, доступність у будь-який час. Наприкінці обговорення вад і переваг такого подарунку ведучий змалював сміховинну, на його думку, ситуацію в разі підвищення цікавості жіноцтва до риболовлі: «Жінки з вудками на березі річки, а чоловіки з пральними машинами паряться» (<https://www.radioroks.ua/kamtugeza/best/9325-spam-2018-03-07/>).

У рубриці «Про особисте», намагаючись закликати жінок до активної участі в ралі на Хрещатику 8 березня, Соня Сотник запропонувала потенційним учасницям перегонів «залишити чоловіків на няньку – і піти на ралі», що цілком можна вважати за експлуатацію поширеного стереотипу про несамостійність і розгубленість чоловіків у побутових ситуаціях, хатніх справах. Сергій Кузін, підбиваючи підсумки шоу, висловив захват стосовно жінок, які поруч з ним: «оце жінки біля мене: риболовля, бухло, кубки, тачки – просто, як пацани» (<https://www.radioroks.ua/kamtugeza/best/9327-pro-osobyste-2018-03-07/>).

Висновки та перспективи. 8 Березня як державне свято має давню й ідеологічно марковану традицію розуміння та відзначання в українському суспільстві. В партійно-ідеологічному владному дискурсі, від самого початку його визрівання та нормування аж до пізньорадянського періоду певної лібералізації, Міжнародний жіночий день посідав одне з чільних місць, адже виступав потужним знаряддям пропаганди ролі та значення жінки в Країні Рад. Від наголошування на рівноправності жінки з чоловіком у всіх сферах життєдіяльності, оспівування першорядності в житті жінки, як і держави, соціальних ролей матері та дружини до акцентування уваги мас на статусі жінки як «представниці прекрасної половини людства», «слабкої статі», «бо-

гині», яка прагне поклоніння та подарунків, – так варіювалося розуміння сутності Міжнародного жіночого дня під впливом суспільно-історичних, політико-ідеологічних і соціокультурних змін. Нині українське суспільство у сприйнятті 8 Березня та ставленні до нього балансує між комерційним і маркетинговим підходами до святкування, поширеними в суспільстві споживання, згідно з якими жінка об’єктивується цього дня як усе ж таки залежна від чоловічої уваги істота, та наполегливим виборюванням справжньої рівності в чоловічому світі, що має прояв у різних формах феміністичного та загалом громадського активізму. Мас-медіа в трансляції наявних в українському посттоталітарному суспільстві смислів 8 Березня віддає перевагу наразі поширенню тих із них, які вnormують невиразну суб’єктність жінки, її ледь що не природну залежність від різних проявів чоловічої уваги, пропагують статус «Берегині», «Богині», «Божества», «Символу Весни та Кохання».

Лінгвокультурологічний аналіз концепту 8 Березня, а саме широти контекстуального функціонування його номінаторів («жінка», «берегиня», «весна»), виявив культурно-історичну традицію в позбавленні жінки суб’єктності, суспільному санкціонуванні її залежності від чоловіка, а також підкреслюванні важливості тих соціальних ролей, які нав’язуються жінці культурою так званої «гегемонної маскулінності». Ймовірно, закладені ще від часів розвитку міфологічної свідомості уявлення про репродуктивну функцію як про єдине призначення жінки та пов’язану з нею суттєву відмінність від чоловіка відобразились у структурі концепту, де потужний ціннісний компонент («материнство», «заміжжя») переплітається з міфологізованими образними складниками («берегиня», «божество», «богиня», «Весна»). На цю об’єктивованість жінки, традиційно упереджену оцінку та часом зверхнє ставлення до неї з боку чоловіків указує також і семантичне поле фразеологізмів із розмовним словом «баба».

Моніторинг програм популярних українських радіостанцій засвідчив неабияке значення та вагому роль панівних чоловічих стереотипів і установок у моделюванні образу 8 Березня. Жінка в радіофері поставала в образі беззахисної та залежної істоти, представниці прекрасної та загадкової статі, нумінозного божества, фатальної сили тощо. Поодинокі спроби нагадати про потребу в виборюванні та захисті прав жінок, утвердженні соціальної рівності тьмяніли й губилися в потоці анекдотичних та іронічних історій про жінок, у комічній атмосфері поверхових розваг, притаманних ранковим програмам комерційних музичних радіоканалів. Отже, образ 8 Березня в радіофері сконструйований згідно з законами дискурсивної, гендерованої влади гегемонної культури маскулінності.

Перспективами в дослідженні теми гендерних стереотипів за допомогою мас-медіа можна вважати систематичний моніторинг, можливо, якісний контент-аналіз журналістських матеріалів, інтерпретація результатів яких давала б чітке уявлення про динаміку змін у масовому сприйнятті гендерних ролей і ідентичності.

1. *Маслова В. А.* Когнитивная лингвистика. Минск: ТетраСистемс, 2004. 256 с.
2. *Горошко Е. И.* Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении: монография. Харьков: ФЛП Либуркина Л. М., 2009. 816 с.
3. *Каганов Ю. О.* Радянські свята та обряди у контексті ідеологічної політики в Україні другої половини ХХ ст. // Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. 2013. Вип. 36. С. 186–194. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npifznu_2013_36_33.
4. *Кісь Оксана.* Украдене свято: історичні трансформації смислу 8 березня. URL: <https://genderindetail.org.ua/library/feministichniy-ruh/8bereznya/ukradene-svyato-istorichni-transformatsii-smislu-8-bereznya-134409.html>.
5. *Майже 20 % українців вважають, що 8 березня покликано нагадувати про права жінок.* URL: <https://tns-ua.com/news/mayzhe-20-ukrayintsiv-vvazhayut-shho-8-bereznya-poklikano-nagaduvati-pro-prava-zhinok>.
6. *Як українці ставляться до 8 березня.* URL: https://galinfo.com.ua/news/yak_ukrainsi-stavlyatsya_do_8_bereznya_253842.html.

7. Ставлення українців до державних свят, лютий 2018 р. URL: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=758&page=1>.
8. Попович М. В. Нарис історії культури України. Київ: «АртЕк», 1998. 728 с.
9. Словник української мови: в 11 т. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. Т. 1. Київ: Наукова думка, 1970. 799 с.
10. Словник української мови: в 11 т. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. Т. 2. Київ: Наукова думка, 1970. 550 с.
11. Караванський С. Практичний словник синонімів української мови. Київ: Вид-во «Орія» при УКСП «Кобза», 1993. 472 с.
12. Удовиченко Г. М. Фразеологічний словник української мови: У 2 т. Т. 1. Київ: «Вища школа», 1984. 304 с.
13. Удовиченко Г. М. Фразеологічний словник української мови: У 2 т. Т. 2. Київ: «Вища школа», 1984. 384 с.
14. Мартінек С. В. Український асоціативний словник: У 2 т. Т.1: Від стимулу до реакції. 2-ге вид., стер. Львів: ПАІС, 2008. 344 с.
15. Мартінек С. В. Український асоціативний словник: У 2 т. Т.2: Від реакції до стимулу. 2-ге вид., стер. Львів: ПАІС, 2008. 468 с.
16. Солонина Євген. 8 березня: жіночий день чи відкриття сезону «полювання на виборців»? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29087367.html>.
17. Наслідки 8 березня: що відбувається після. URL: <https://genderindetail.org.ua/news/naslidki-8-bereznuya-scho-vidbuvaetsya-pislya-134429.html>.
18. Медіа схильні зображати жінок як марнотратниць та шопоголиків – дослідження. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/media_skhilni_zobrazhati_zhinok_yak_marnotratnits_ta_shopogolikiv_doslidzhennya/.
19. Relax і «Наше радіо» увійшли до десятки найрейтинговіших радіостанцій – дані «Радіокомітету». URL: <http://detector.media/rinok/article/133719/2018-01-15-relax-i-nashe-radio-uviihli-do-desyatki-naireitingovishikh-radiostantsii-dani-radiokomitetu/>.
1. Maslova, V. A. (2004), *Cognitive Linguistics*, TetraSistems, Minsk, 256 p.
2. Horoshko, E. I. (2009), *Information-communicative Society in the Gender Dimension: monograph*, FLP Liburkina L. M., Kharkiv, 816 p.
3. Kahanov, Yu. O. (2013), «Soviet Holidays and Ceremonies in the Context of Ideological Policy in Ukraine in the Second Half of the XX Century», *Naukovi pratsi istorichnoho fakultetu Zaporizkoho natsionalnoho universytetu*, issue 36, pp. 186–194, available at: www.nbu.gov.ua/UJRN/Npifznu_2013_36_33 (accessed 24 April 2018).
4. Kys, O. (2017), «Stolen Holiday: Historical Transformation of Meaning on March 8», available at: www.genderindetail.org.ua/library/feministichny-ruh/8bereznia/ukradene-svyato-istorichni-transformatsii-smislu-8-bereznuya-134409.html (accessed 24 April 2018).
5. «Almost 20% of Ukrainian Believe that March 8 Called to Remind Women’s Rights», available at: www.tns-ua.com/news/mayzhe-20-ukrayintsiv-vvazhayut-shho-8-bereznuya-poklikano-nagaduvati-pro-prava-zhinok (accessed 24 April 2018).
6. «How Ukrainians relate to March 8», available at: www.galinfo.com.ua/news/yak_ukraintsi_stavlyatsya_do_8_bereznuya_253842.html (accessed 24 April 2018).
7. «Attitude of Ukrainians to Public Holidays, February 2018», available at: www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=758&page=1 (accessed 24 April 2018).
8. Popovych, M. V. (1998), *Essay on the history of Ukrainian culture*, Artek, Kyiv, 728 p.
9. *Dictionary of the Ukrainian Language: in 11 vol.*, in Bilodid, I. K. (Ed.), vol. 1, 1970, Naukova Dumka, Kyiv, 799 p.
10. *Dictionary of the Ukrainian Language: in 11 vol.*, in Bilodid, I. K. (Ed.), vol. 2, 1970, Naukova Dumka, Kyiv, 550 p.
11. Karavanskyi, S. (1993), *Practical Dictionary of Synonyms of the Ukrainian Language*, Vyd-vo «Oriy» pry UKSP «Kobza», Kyiv, 472 p.
12. Udovychenko, H. M. (1984), *The Phraseological Dictionary of the Ukrainian Language: 2 vol.*, vol. 1, Vyshcha shkola, Kyiv, 304 p.
13. Udovychenko, H. M. (1984), *The Phraseological Dictionary of the Ukrainian Language: 2 vol.*, vol. 2, Vyshcha shkola, Kyiv, 384 p.
14. Martinek, S. V. (2008), *Ukrainian Associative Dictionary: in 2 vol.*, vol.1: From stimulus to reaction, PAIS, Lviv, 344 p.

15. Martinek, S. V. (2008), Ukrainian Associative Dictionary: in 2 vol., vol. 2: From reaction to stimulus, PAIS, Lviv, 468 p.

16. Solonyna, Ye. (2018), «March 8: Women's Day or Opening of the "Hunt for Voters" Season?», available at: www.radiosvoboda.org/a/29087367.html (accessed 24 April 2018).

17. «Consequences of March 8: what happens after», available at: www.genderindetail.org.ua/news/naslidki-8-berezhnya-scho-vidbuvaetsya-pislya-134429.html (accessed 24 April 2018).

18. «Media is inclined to portray women as wasteful and shopaholic – research», available at: www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/media_skhilni_zobrazhati_zhinok_yak_marnotratnits_ta_shopogolikip_doslidzhennya/ (accessed 24 April 2018).

19. «Relax and "Nashe radio" entered the top ten most rated radio stations – the data of the Radio Committees», available at: www.detector.media/rinok/article/133719/2018-01-15-relax-i-nashe-radio-uvishli-do-desyatki-naireitingovishikh-radio-standards-radiocommittee/ (accessed 24 April 2018).

UDC 007 : 81'37 : 394.2 : 379.8.093 : 316.776

MASS-MEDIA IMAGE MARCH 8 THROUGH THE PRISM OF CONCEPTUAL ANALYSIS

Miroshnychenko Pavlo, PhD (Philology), principal lecturer, Zaporizhzhia National University, Zhukovskoho St., 66 A, Zaporizhzhia, 69600, e-mail: pavlomirosh15@gmail.com

ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-7398-2007>

Introduction. Holiday days in a calendar of any country, as well as certain rituals and ceremonies, can be considered through the prism of the mental specificity of the national lingua-cultural community. The holiday as a concept is a mental, informational structure that reflects the knowledge and socio-cultural experience of the people.

The purpose of the study. The main objective of the study is to characterize the concept of March 8 as a manifestation of discursive, gendered power in mass-media.

Methodology. The method of systematization and interpretation of data of actual scientific researches, as well as monitoring of publications of authoritative Internet publications on the topic, allowed to reveal the reasons of the variability of the content of the holiday of March 8 in the process of historical development of Ukrainian society. Linguacultural conceptual analysis allowed to investigate the «March 8» as a cultural determined concept. Its nominators are vividly imaginative, have a stable value component in their own structure, and broad semantic contexts in mass-media a particular. The monitoring of programs of Ukrainian commercial radio stations enabled to reveal leading gender attitudes and stereotypes, based on which the image of March 8 as a linguistic-cultural concept in mass-media was created.

Results. Understanding the essence of the International Women's Day varied under the influence of socio-historical, politico-ideological and socio-cultural changes. Today, the mass media in the broadcast of the meanings of the Ukrainian post-totalitarian society of March 8 are preferring those messages that impose the woman's image as an object, almost natural dependence of woman on various manifestations of male attention. The linguacultural analysis of the concept of March 8, namely the breadth of the contextual functioning of his nominees («woman», «berehynia», «spring»), revealed the cultural-historical tradition of denying women's subjectivity, the affirmation of women's dependence on men.

Conclusions. The monitoring of the programs of popular Ukrainian radio stations showed the image of March 8 on the radio air is constructed according to the laws of discursive, gendered power of the hegemonic culture of masculinity.

Key words: *mass media, gender, concept, image, radio.*

Стаття надійшла до редакції 12.06.2018