

## МАСОВА ОРГАНІЗОВАНА КОМУНІКАЦІЯ: ДЕТАБУЇЗАЦІЯ «ЖІНОЧОГО ПИТАННЯ»

**ФЕДОТОВА Наталія,**

канд. філол. наук, доц.,

Національний університет харчових технологій, вул. Володимирівська, 68, Київ, 01601, Україна,  
e-mail: n.fedotova.edu@gmail.com.

*Актуальність дослідження визначається необхідністю вивчення заборон і табу, використуваних у масовій організованій комунікації, що стосуються «жіночого питання». Мета – показати детабуїзацію «жіночих питань» у системі масової організованої комунікації на основі мас-медійних текстів. Вирішення сформульованих завдань вимагало залучення порівняльного й описового методів, прийомів аналізу й синтезу. Проведена робота підтвердила, що співвідносно до гендерної складової табуїзація/детабуїзація у тому сегменті масової організованої комунікації, що поширюється через ЗМІ, будується на забороні/дозволи певних осіб, дій, процесів, предметів, станів, тем, висловлювань тощо. Стирання табу в масовій організованій комунікації свідчить про трансформацію, щодо посилення, перш за все такої її функції, як поширення знання про дійсність.*

**Ключові слова:** масова організована комунікація, табу, гендер, журналістика, мас-медіа.

### **MASS ORGANIZED COMMUNICATION: NO LONGER TABOO OF THE «WOMAN QUESTION»**

*The relevance of the research is defined by the need to study prohibitions and taboos related to the «woman question» that are used in mass organized communication. The aim of the research is to demonstrate detabooing of the «woman question» in the system of mass organized communication on the basis of mass media texts. Comparative and descriptive methods, as well as analysis and synthesis, have been used to solve the stated tasks. The study has confirmed that in relation to the gender component, tabooing/detabooing in the segment of mass organized communication that is spread through mass media is based on prohibiting/allowing certain individuals, actions, processes, objects, conditions, topics, utterances, etc. Detabooing in mass organized communication indicates a transformation as to the strengthening of its functions, in particular the function of spreading the knowledge about the reality.*

**Key words:** mass organized communication, taboo, gender, journalism, mass media.

**Вступ.** Упродовж років сталий науковий інтерес на теоретичному, методичному та практичному рівнях викликає масова організована комунікація, яка неможлива поза засобами масової інформації. Актуальним напрямом сучасних досліджень постає вивчення заборон і табу, використуваних у масовій організованій комунікації, що стосуються «жіночого питання». Не дивлячись на вагоме суспільне значення, в наукових працях ці проблеми комплексно не вивчалися. Тож *мета статті* – показати детабуїзацію «жіночих питань» у системі масової організованої комунікації на основі мас-медійних текстів. *Завдання* – розкрити основні теми табуїзації/детабуїзації матеріалів ЗМІ співвідносно до гендерної складової масової організованої комунікації та визначити їх використання в організованій масовій комунікації.

Як ознака масової організованої комунікації проблема табуїзації/детабуїзації окремо не вивчалася. Однак саме явище табу часто потрапляло в поле зору дослідників багатьох наукових спрямувань. Найактивніше за його вивчення бралися лінгвісти, лексикографи, релігієзнавці, етнографи, фольклористи, психологи, філософи та культурологи. Відповідно склалося три провідні концепції щодо походження, функціонування і призначення табу: магічна, антропологічна, психологічна.

До питань, так чи інакше пов'язаних із жіночими табу в системі масової організованої комунікації, зверталися Д. Зеленін, Ю. Єловська, С. Іванова, І. Ігнатенко, О. Кісь, Н. Козлов, С. Філоненко, І. Хілько та ін.

**Методи дослідження.** Методи наукового дослідження зумовлені його метою, об'єктом та предметом. Вирішення сформульованих завдань вимагало залучення порівняльного й описового методів, прийомів аналізу й синтезу. Так, щоб зіставити заборонені та маловисвітлювані теми послугоувалися порівнянням. Для визначення зміни проблематики застосовано тематичний аналіз текстів. Контент-аналіз допоміг з'ясувати кількість ідеологічно забарвлених тем, періодичність їх появи в медіа, відстежити детабуїзацію.

**Результати й обговорення.** Проводячи дослідження базувалися на тому, що масова організована комунікація – це «систематичне розповсюдження спеціально підготовлених повідомлень із застосуванням технічних засобів тиражування інформації (радіо, телебачення, преса, відео-, звукозаписи тощо), які мають соціальне значення і використовуються з метою впливу на установки, поведінку, думки й оцінки людей» [3]. Носить цілеспрямований характер, належить до спеціально вироблюваних, здійснює соціальне регулювання, спрямована на задоволення інтересів суспільства як цілісної соціальної системи. Пишучи про функції масової організованої комунікації Л. Орбан-Лембрик вказує, що вона «поширює знання про дійсність; має освітньо-виховний характер; здійснює соціальне регулювання; поширює масову культуру і розваги; задовольняє потребу людей в отриманні відповідної інформації і так далі» [3]. Основними ознаками масової організованої комунікації визначають публічність, швидкість передавання, скороминучий характер інформації.

Своєю чергою лексема «табу» в опрацьованих джерелах пов'язується з полінезійськими культурами й тонганською мовою. Світової ваги вчений Дж. Фрезер вказує на існування як мінімум двох рівнів пояснення цієї лексеми, адже її смисловий діапазон зосереджений на протилежних явищах – «священний» і водночас «проклятий» [8]. М. Тофтун визначає табу як «негативні приписи, тобто категоричні заборони на різні дії людей, порушення яких у первісному суспільстві спричиняло відповідні санкції» [6, с. 354].

Слід звернути увагу й на те, що табу поділяються за кількома ознаками: перша – за способом вираження (імплицитні й експліцитні), друга – за ступенем суворості дотримання (жорсткі та м'які), третя – за рівнем поширеності (колективні й індивідуальні), четверта – залежності від ситуації спілкування (абсолютні й відносні), п'ята – за манерою контактного (унікання/не уникання певних осіб). Соціально-політичними чинниками [7, с. 677] обумовлює його виникнення О. Тараненко. Дії, слова, предмети, тварин і людей до об'єктів-табу відносить А. Крюковських [4, с. 388], розмови, слова й теми – О. Мельничук [5, с. 426]. Виокремлюються також вербальні та невербальні табу. До перших відносяться тематичні (дискурсивні), комунікативні, мовні та мовленнєві.

Табуїзація/детабуїзація «жіночих питань» у тому сегменті масової організованої комунікації, що поширюється через ЗМІ, будувалася на забороні/дозволі певних осіб, дій, процесів, предметів, станів, тем, висловлювань тощо. У різні часи це носило релігійний, ідеологічний, партійний, соціальний, громадянський, світоглядний чи змішаний характер і ґрунтувалося на необхідностях чи потребах племені, клану, родини, держави, партії або ментальних чинниках.

До «жіночих табу» журналістських текстів радянських часів, згідно з проведеним моніторингом, відносно релігію, патогенну інформацію, знакові постаті української історії, медичні стани, освіту представниць жіночої статі, гендерну диференціацію в оплаті праці, моду, жіноче тіло, насилля, сексуальну сферу та ін.

Будучи до 1991 р. під абсолютною заборонаю, і сьогодні ще широко не висвітлюються так звані «обурливі вчинки» радянських солдат-визволителів у роки Другої

світової війни по відношенню до жінок. Насилля мало місце як на звільнених територіях України та Білорусі, так і в Європі, особливо масштабувавшись у Німеччині. Матеріали про це з'являються лише вряди-годи і переважно на медіа-ресурсах громадських історико-краєзнавчих та просвітницьких організацій. Детабуїзація ж у масовій організованій комунікації не відбулась.

Табуйованими залишаються знакові жіночі постаті України різних часів. Із цього приводу О. Кісь резонно зауважила, що серед українських істориків поширене «стереотипне сприймання жінок крізь призму образу жертви історичних обставин» [2]. Здійснення героїчних вчинків, якщо дивитися на загальний контент, це справа чоловіків, натомість жінки переважно мають чекати, страждати або оплакувати загиблих. Дещо змінює підходи військовий конфлікт на Сході України – почали з'являтися журналістські матеріали не лише про участь жінок у війні, а й про їхню відвагу та героїські вчинки.

Творячи образ жінки-трудівниці, жінки-матері, жінки-подруги та жінки-громадянки, радянська масова комунікація фактично заперечувала їхню сексуальність і тілесність. Виявлялося це в багатьох факторах, одним із яких виступала мода. Так, до середини 1950-х рр. існувала заборона на одяг, що підкреслював жіночі форми, в якому були декольте чи короткі спідниці. Громадянки СРСР мали носити довгі, широкі, скромні, «прямокутні» сукні. Сьогодні ж у питаннях моди, в її пропаганді відсутні будь-які елементи ідеології чи партійності, що просто й легко підтверджується значною кількістю реклами.

Натомість нинішня організована масова комунікація фактично поставила табу на жіночій старості – їм це робити «заборонено». На обкладинках глянсових видань, у рекламних проспектах і буклетах, на екранах телевізорів, у кінофільмах тощо жінки повинні бути доглянутими й привабливими, із завжди вимитим волоссям, красивими нігтями, неколючими ногами, із постійною посмішкою на обличчі. Табу на жіночу старість, складається враження, наклало саме суспільство, таким чином самомасифікувавшись. Із цього приводу психолог Р. Харріс зауважувала: «жінок занадто часто зображують юними красунями, обов'язок яких – залишатися молодими і привабливими, щоб приносити задоволення чоловікам» [9, с. 45].

Сучасна пропаганда моди, як свідчить аналіз мас-медійного контенту, при налаштованості на детабуїзацію, займається формуванням усе нових і нових заборон. Електронні та друковані засоби масової інформації активно наповнюють інформаційний простір відомостями про те, що заборонили в останні дні чи тижні. До цього розряду відносяться публікації такого плану: «Поради стиліста: 9 табу в гардеробі жінки! Не треба так робити!», «Три «табу» правильного шопінгу», «Табу в одязі для жінок після 40! Лікнеп від стиліста», «5 предметів одягу, які краще не одягати подорожуючи літаком», «Топ-10 абсолютних табу в зовнішньому вигляді: не одягайтеся так ніколи!», «19 табу за столом з усього світу», «Модне табу: манікюр, який вже неактуальний у 2017 році», «П'ять табу для досконалості», «Сім табу для шкіри навколо очей» та багато ін.

Невід'ємною складовою західної емансипації середини ХХ ст. було визнання за жінками права на плотське самовираження. У той же час масова радянська пропаганда фактично всі роки свого існування категорично протиставляла високоморальну радянську жінку аморальній західній. Емансипація сьогоденного дня у пресі розглядається під такими кутами, як самотність–сімейність, рівноправність–підпорядкованість, свобода–залежність, сила–беззахисність тощо.

Далеко не однозначне питання із висвітленням трудової зайнятості. Не дивлячись на те, що жінкам в Україні заборонено працювати під землею, на важких і шкідливих виробництвах ситуація далеко не однозначна. Так, у медіа неодичні розповіді про роботу жінок у шахтах, про розвантаження продавчинями великого товару, про роботу на хімічних виробництвах, у колі електронних полів тощо.

Також не набуває ознак масової організованої комунікації трудова еміграція українських жінок.

Щодо медичних станів, то табуйованими залишаються, наприклад, питання такого циклу жіночого організму, як відторгнення функціонального шару ендометрію. У XIX і ще в першій половині XX ст. жінок у такий період змушували відчувати сором. Відповідно їм заборонялося відвідувати церковні служби, ходити на весілля чи похорон, виходити в сад чи в поле, сіяти чи сапати городину, доїти корів, ходити в перукарню, консервувати, збирати гриби й трави, пекти хліб і паску та багато ін. Використовувалась у мовленні ціла низка заміників на позначення особливого стану жінок: «ці дні», «критичні дні», «особливі дні», «червоні дні», «калинові дні», «жіночі проблеми», «гості приїхали», «біле братство», «місячність» та ін.

Ситуація, дає підстави стверджувати проведений моніторинг, не змінилася. Безперечно ж, не йдеться про детальні описи особливих фізіологічних станів, але ж під табу залишається саме існування цих процесів. І зараз у рекламі використовується загадкова блакитна рідина для демонстрації того, як добре жіночі гігієнічні засоби здатні її вбирати. А ще з мас-медіа можна дізнатися, що «жінкам на війні важче, ніж чоловікам»: чому ж важче – питання розкривається частково. Можна в гумористичних теле- та радіопрограмах почути жарти про «спеціальну жіночу рекламу», про наявність чи відсутність «крилець» тощо. З цього приводу Ю. Словська звертає увагу на те, що «своєрідна інтимність згаданого процесу спонукає комунікантів до вуалювання експліцитних репрезентантів через різноманітні перифрастичні конструкції» [1, с. 54]. У той же час психологи та лікарі переконливо доводять, що жінкам важче не лише фізично, а ще й фізіологічно. Саме тут і не спостерігається детабуїзація «жіночого питання» в масовій організованій комунікації.

Із розряду колись заборонених тем усе частіше на сторінки друкованих та у випуски електронних ЗМІ виходять питання сексуальних взаємин жінок і чоловіків.

Показовим прикладом можуть слугувати евфемістичні сполуки «дівоча честь», «цнота», «незайманість», «жіноча честь» та ін. Із фольклору, із літератури XVIII і першої половини XIX століть прийшли поради «не загубити дівочий сором», «берегти маківку», «дотримуватися цноти», «мати честь» та подібні. Саме вони наповнювали інформаційний простір та формували поведінку дівчат/жінок у соціумі.

Тематична зміна контенту в медіа країн радянсько-союзівського табору відбулася з кінця 80-х рр. XX ст. Спершу сексуальна тема пробилася на сторінки газетно-журнальних видань у вигляді анекдотів, чуток, переповідок; потім з'явилися карикатури та фотографії, з яких можна «про щось» здогадуватися; а далі вказана тема набувала статусу провідної, особливо в періоди передплатних кампаній.

Сьогодні ж суспільство нейтрально ставиться до дівчат, які «честь втратили». У мас-медіа фактично буденністю стали заголовки такого плану: «Чоловічі недоліки очима жінок», «Сексуальний чоловік очима жінок», «Прелюдія очима жінок», «Статевий акт очима жінок», «Сексуальні пози очима жінок», «Чоловіки-стриптизери очима жінок», «Імпотенція очима жінок», «Інтимні табу» і т.д.

Слід констатувати, що під частковим табуванням залишається вагітність жінки та народжування дитини. Хоча про це багато пишуть і розповідають фахівці, уже декотрі вагітні жінки проводять фотосесії і публікують знімки в глясових журналах, у соціальних мережах. Узагалі зникли навіть намагання несхвально оцінювати жінку, яка народила дитину не перебуваючи в офіційному шлюбі. Про часткове ж табування свідчить те, що переважна більшість жінок воліє мовчати про свою вагітність; узагалі в медіа не піднімається тема дотримання/недотримання різноманітних звичок та звичаїв під час вагітності та в перші дні після пологів.

У той же час наліз медіаконтенту дає підстави твердити, що багато питань взаємин між жінками й чоловіками не набувають ознак масової організованої комунікації. Так, попри низку скандалів у світі та й Україні, не знайшли ще належного

висвітлення у засобах масової інформації такі проблеми, як сексуальні домагання на роботі, у транспорті, студентських аудиторіях; сексуальна складова у просуванні по службі; позастатутні стосунки між чоловіками й жінками в армії; сімейне насилля; відмова вагітній жінці у працевлаштуванні; умови діяльності секспрацівниць та ін.

Детабуїзація чітко помітна й у критиці, яка торкнулася такої касти, як перші леді країни. Дружини президентів, прем'єр-міністрів та міністрів України перестали бути поза критикою.

Показовим у цьому плані може бути приїзд дружини президента України Марини Порошенко до Ужгорода (лютий, 2018 р.). Вказана подія сколихнула мережу, а саме користувачів зачепило, що для неї комунальники помили міст. Так «Народна правда» оприлюднила матеріал під назвою «Комунальники мили міст: Марина Порошенко зганьбилася під час візиту в Ужгород» (<https://narodna-pravda.ua/2018/02/15/>). Видання оприлюднило зібрані відгуки з соціальних мереж: «Зустрічали царицю. Ще напевно голову схиляли, як вона проходила повз», «Навіть карантин який запланований сьогодні не відбувся а якщо порохівниця в якусь школу зайти захоче... вчиться у бацилах діти ужгородці.... довбана показуха...», «Ганьба на всю країну», «І хто тут винуватий? Навіщо люди це виконували, на їх що дула автоматів наставили? Чому дозволяють себе принижувати, а де гідність, повага до себе. Самі це дозволяємо, а потім по закутках скиглимо», «Вона ж не просила до свого приїзду асфальт мити, самі жополизи проявили ініціативу. Треба якусь гідність мати людям». Разом із тим, інші вважають, що міст дійсно треба мити, але не чекати для цього чийогось приїзду: «А що не треба забори металеві від бруду вимивати. Правильно хай побільше їздить по містах може Україну приведуть до тями. А ви не завидуйте що ви не Леді», «І не тільки міст потрібно було б віддрати, а кругом навести порядок. Раніше чому не виконали свою роботу, а дочекались, коли заставлять?», «Якщо вчасно не помили, хай миють, добре що приїхала».

**Висновки та перспективи.** Співвідносно до гендерної складової табуїзація/детабуїзація у тому сегменті масової організованої комунікації, що поширюється через ЗМІ, будується на забороні/дозволі певних осіб, дій, процесів, предметів, станів, тем, висловлювань тощо. До «жіночих табу» журналістських текстів радянських часів, згідно з проведеним моніторингом, відносимо релігію, патогенну інформацію, знакові постаті української історії, медичні стани, освіту представниць жіночої статі, гендерну диференціацію в оплаті праці, моду, жіночу тілесність, насилля, сексуальну сферу та ін. Натомість нинішня організована масова комунікація фактично поставила табу на жіночій старості – їм це робити «заборонено». Не набуває ознак масової організованої комунікації трудова еміграція українських жінок. Табуйованими чи напівтабуйованими залишаються певні медичні стани жінок а також вагітність. Не знайшли ще належного висвітлення у засобах масової інформації такі проблеми, як сексуальні домагання; сексуальна складова у просуванні по службі; сімейне насилля; відмова вагітній жінці у працевлаштуванні; умови діяльності секспрацівниць та ін. Стирання табу в масовій організованій комунікації свідчить про трансформацію, щодо посилення, перш за все такої її функції, як поширення знання про дійсність.

Подальші дослідження дозволять дослідити процеси глобалізації і трансформації форм і видів масової комунікації.

1. *Словська Ю. В.* Табу в мовленнєвій практиці українців : дис. канд. : 10.02.01 / Євроська Юлія Володимирівна – Кривий Ріг, 2007. – 221 с.

2. *Кісь О.* Проблема профанації жіночої історії в Україні. Рецензія на книгу: Богдан Савка. «А смерть їх безсмертям зустріла»: Нариси, спогади, документи про участь жіноцтва (...) в національно-визвольній боротьбі ОУН-УПА 40-х – поч. 50-х р. ХХ ст. – Тернопіль : Джура, 2003. – 332 с. / Оксана Кісь // Народознавчі зошити. – 2000. – № 5–6. – С. 711–714.

3. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: у 2 кн. Кн.1: Соціальна психологія особистості і спілкування : підручник для вузів / Лідія Ернестівна Орбан-Лембрик [Електронний ресурс]. – Київ : Либідь, 2004 . – 574 с. – Режим доступу : <http://readbookz.com/book/174/5621.html>. – Дата доступу: 01.11.2017.
4. *Словарь исторических терминов* / под ред. В. С. Симакова, А. П. Крюковских. – СПб. : Литта, 1998. – 464 с.
5. *Словник іншомовних слів* / [за ред. О. С. Мельничука]. – К. : «Українська радянська енциклопедія», 1974. – 776 с.
6. *Тофтул М. Г. Сучасний словник з етики* / М. Г. Тофтул. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. – 416 с.
7. *Українська мова* : енциклопедія / [редкол. В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк та ін.]. – [2-ге вид., випр. і доп.]. – К. : Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. – 824 с.
8. *Фрэзер Д. Д. Золотая ветвь: Исследование магии и религии* / Джеймс Джордж Фрэзер; [пер. с англ.]. – [2-е изд.]. – М. : Политиздат, 1986. – 703 с.
9. *Харрис Р. Психология массовых коммуникаций* / Ричард Харрис. – СПб., 2003. – 448 с. (Проект «Психология-BEST»).

1. Yelovska, Yu. V. (2007), «Taboo in the speech practice of Ukrainians» Thesis abstract for Cand. Sc. (Ukrainian language), 10.02.01, Kryvy Rih State Pedagogical University, Kryvy Rih, Ukraine.
2. Kis, O. (2000), «The problem of profanation of women’s history in Ukraine», *Narodoznavchi Zoshyty*, no. 5–6, pp. 711–714.
3. Orban-Lembryk, L. E. (2004), *Sotsialna psykholohiia: u 2 kn. Kn. 1: Sotsialna psykholohiia osobystosti i spilkuvannia* [Social psychology: in 2 books. Book 1: Social psychology of personality and communication], Lybid, Kyiv, Ukraine, available at: <http://readbookz.com/book/174/5621.html>, (access November 01, 2017).
4. Symakov, V. S. and Kriukovskykh, A. P. (1998), *Slovar Ystorycheskykh Termynov* [Dictionary of historical terms], Lyta, SPb., Russia.
5. Melnychuk O. S. (1974), *Slovyk Inshomovnykh Sliv* [Dictionary of foreign words], «Ukrainska Radianska Entsyklopediia», Kyiv, Ukraine.
6. Toftul, M. H. (2014), *Suchasnyi slovnyk z etyky* [Modern Dictionary of Ethics], Vyd-vo ZhDU im. I. Franka, Zhytomyr, Ukraine.
7. Rusanivskiy, V. M., Taranenko, O. O. and Ziabliuk, M. P. (2004), *Ukrainska mova : entsyklopediia* [Ukrainian language: Encyclopedia], «Ukrainska Entsyklopediia» im. M. P. Bazhana, Kyiv, Ukraine.
8. Fræzer, D. D. (1986), *Zolotaia vetv: Yssledovanye mahyy y relyhyy* [Golden Branch: Exploring Magic and Religion], Polytyzdat, Moskow, Russia.
9. Kharrys, R. (2003), *Psykhohohyia massovikh kommunykatsyi* [Psychology of Mass Communications], SPb., Russia.

UDC 007 : 304 : 659.3

## **MASS ORGANIZED COMMUNICATION: NO LONGER TABOO OF THE «WOMAN QUESTION»**

**Fedotova Nataliia**, PhD (Philology), docent,

National University of Food Technologies, 68, Volodymyrska Str., Kyiv, 01601, Ukraine, e-mail: [n.fedotova.edu@gmail.com](mailto:n.fedotova.edu@gmail.com).

**Introduction.** Over the years, mass organized communication, which is impossible outside mass media, has attracted academic interest on the theoretical, methodological and practical levels. The study of prohibitions and taboos related to the «woman question» that are used in mass organized communication remains a relevant line of research. Despite their considerable social significance, the problems of prohibitions and taboos at the level of the gender component have not been comprehensively studied in academic papers.

**Relevance and aim.** The relevance of the research is defined by the need to study prohibitions and taboos related to the «woman question» that are used in mass organized communi-

cation. The aim of the research is to demonstrate detabooing of the «woman question» in the system of mass organized communication on the basis of mass media texts.

**Methods.** The choice of research methods is defined by the aim, object and subject. Comparative and descriptive methods, as well as analysis and synthesis, have been used to solve the stated tasks.

**Results.** In relation to the gender component, tabooing/detabooing in mass organized communication is based on prohibiting/allowing certain individuals, actions, processes, objects, conditions, topics, utterances, etc. “Women’s taboos” in Soviet-era journalistic texts include religion, undesirable information, prominent personalities of the Ukrainian history, medical conditions, women’s education, gender wage gap, fashion, women’s physicality, violence, sexual sphere, etc. Instead, modern mass organized communication has virtually tabooed female old age – women are not “allowed” to age. Labor migration of Ukrainian women is not represented in mass organized communication. Some female medical conditions and pregnancy remain tabooed or semi-tabooed. Such issues as sexual harassment; the sexual component in work promotion; domestic violence; refusals to hire pregnant women; working conditions for sex workers, etc., have not been adequately covered in mass media.

**Conclusions.** Detabooing in mass organized communication indicates a transformation as to the strengthening of its functions, in particular the function of spreading the knowledge about the reality.

*Key words: mass organized communication, taboo, gender, journalism, mass media.*

Стаття надійшла до редакції 12.07.2018