

## ГЕНДЕРНИЙ КОНЦЕПТ У МОВНІЙ ПРАКТИЦІ ЗМІ УКРАЇНИ

*У статті розкрито використання способів родової диференціації нових іменників на позначення осіб у сучасному телевізійному просторі України. Розглянуто найпродуктивніші форми та їх похідні, що використовують у сучасній українській літературній мові для утворення іменників на позначення осіб жіночої статі. Упродовж 2017–2019 рр. під час перегляду новин на телеканалах «1+1», «СТБ» та інших простежено родову диференціацію іменників на позначення осіб у мовній практиці телеведучих сучасних каналів.*

**Ключові слова:** гендерний підхід, гендерна стереотипізація, творення фемінітивів, родова диференціація іменників, телевізійний простір, засоби масової інформації.

### I. Вступ

Для функціонування української мови на сучасному етапі характерне посилення динаміки змін на всіх рівнях мовної системи. Інтеграція в міжнародну спільноту, активні контакти між мовами, якісні зміни в суспільно-політичних та науково-технічних сферах спричинили появу нових реалій, які вимагають номінації. Гендерний підхід у соціальному й гуманітарному знанні відкриває можливості для переосмислення культури, зокрема мовленнєвої. З огляду на це звернення до гендерного концепту в мовній практиці мас-медіа, зокрема дослідження фемінітивів у телемовленні, є доцільним.

Аналіз лінгвістичної літератури з окресленої проблеми свідчить, що певною мірою її торкалися сучасні українські вчені в контексті досліджуваних ними питань: специфіка гендерного дискурсу щодо мовних засобів актуалізації (К. Брітікова, Ю. Маслова та ін.); мовностилістичні засоби, що представляють гендерні образи молоді в сучасних друкованих мас-медіа (М. Головатий, І. Кон, В. Сліпчук та ін.); мовне вираження відмінності в статі іменників на позначення осіб (П. Білоусенко і Воловенко та ін.) [1; 4; 5; 6; 7; 2].

### II. Постановка завдання та методи

Мета нашого дослідження – розкрити використання способів родової диференціації нових іменників на позначення осіб у сучасному телевізійному просторі. Основні завдання: розкрити вживання й творення фемінітивів в українській мові; описати способи творення нових іменників на позначення осіб у програмах телебачення.

У дослідженні використано такі методи: компонентного аналізу – для аналізу семантичної будови іменників-новотворів; метод виявлення особливостей оточення аналізованих одиниць; трансформаційний метод – дериваційні процеси в системі іменників; описовий – у дослідженні словотвірних типів нових відіменних іменників – назв осіб.

### III. Результати

Аналіз мовознавчої літератури дав змогу встановити, що гендерна теорія є динамічною сферою знань, яка із часу своєї появи постійно розвивається, змінюється. З'являються нові розуміння й інтерпретації гендеру, нові ідеї про те, як, якими засобами та на яких рівнях соціального життя організовується гендер – на особистісному (персональному), на міжособистісному (у взаємодії) чи на рівнях соціальних інститутів (коли соціальні інститути продукують гендерну відмінність і нерівність); як гендер співвідноситься зі статтю, як він пов'язаний із владою, і як вони разом організовують соціальне життя [3, с. 42].

Зауважимо, що термін «гендер» виник наприкінці 1960-х рр. завдяки спробам подолати означені суперечності й знайти послідовніші інтерпретації норм культури. Розрізнення статі та гендеру означало перехід від традиції пояснювати культурну різницю між жінками й чоловіками біологічними чинниками до можливості пояснювати цю різницю соціальними та культурними чинниками. Із 70-х рр. ХХ ст. низка науковців дійшли висновку про доцільність і важливість розмежувати, розрізнити стать та гендер. Так із монолітного тіла статі виокремився гендер. Стать розглядали як біологічну, неминучу різницю між самкою й самцем людини. Стать визначали геніталами, репродуктивною системою, хромосомами. Гендер вважали варіативним і змінним, соціально сконструйованим фактом культури. Зазвичай учені встановлювали певну закономірність, згідно з якою жіночій статі відповідала фемінна гендерна поведінка, а чоловічій – маскулінна [3, с. 43].

До 1960-х рр. в англійській мові термін «гендер» вживали здебільшого в лінгвістиці на позначення граматичного роду: жіночого, чоловічого та середнього. В українську мову термін увійшов доволі стрімко: у науковому, академічному словнику він з'явився в 1990-х рр., а в 2005 р. термін було зафіксовано в Законі України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків». Спочатку слово «гендер» видавалося неокочирним і чужим українській мові, однак згодом, коли його почали активно вживати в науці й політиці, відбулося звикання до нового слова. Тепер його вжиток рідко викликає здивування [3, с. 14].

Зауважимо, що нині вплив засобів масової інформації на свідомість і формування суспільної думки великий. А формування громадської думки та управління масовими емоціями є соціальною місією журналістики. Зважаючи на суспільні інтереси, журналістика пристосовує частину науково-практичного знання з усіх сфер суспільної діяльності для моделювання поведінки соціуму, для сприйняття їх масовою свідомістю, створення ідеології (моралі, культури, етики, естетики) та шляхів розвитку.

Українське суспільство переживає період становлення гендерної рівності, й основною проблемою є гендерні стереотипи, які активно функціонують у мові та використовуються засобами масової інформації. На думку В. Слінчук, «гендерним стереотипом є один із видів соціальних стереотипів, стандартизованих, стійких, емоційно насичених та ціннісно визначених образів, що ґрунтуються на прийнятих у суспільстві уявленнях про «маскулінне» (чоловіче) та «фемінне» (жіноче)» [7, с. 67].

Причинами гендерної асиметрії в медіа є андроцентрична культура та домінування в ній андроцентричних дискурсивних практик. Механізми формування й збереження гендерної нерівності в ЗМІ є символічно-мовними, мають риси риторичності, міфологічності, стереотипності. Основним прийомом приховування гендерних проблем у ЗМІ є розширення ознак або інтересів чоловічої статі на все суспільство або, навпаки, зведення всього суспільства лише до чоловічої статі.

Для творення фемінітивів в українській мові вживають:

- суфікс *-к-*, який є найпродуктивнішим, позаяк за його допомогою утворено більшість фемінітивів-новотворів (доцент – доцентка, депутат – депутатка, прем'єр – прем'єрка);
- суфікс *-иц-*, який додається до чоловічої основи на *-(н)ик*, *-ець* (засновник – засновниця, підприємець – підприємця, переможець – переможниця);
- суфікс *-ес-* додається до іншомовної основи (барон – баронеса, критик – критикеса), хоча він є найменш продуктивним з усіх (навіть поетка витісняє поетеса, акторка – актриса);
- зростає продуктивність суфікса *-ин-*, який раніше використовувався лише в кількох словах (княгиня, графиня, кравчиня, майстриня, мисткиня), а тепер додається і до основ на *-ець* (виборець – виборчиня, фахівець – фахівчиня), і до основ на приголосний, які тривалий час вважались як такі, що не піддаються фемінізації (шеф – шефиня, член – членкиня, ворог – ворогиня, філолог – філологиня, фотограф – фотографиня). Український філолог Олександр Пономарів прокоментував цю тенденцію так: «“Продавчиня” звучить набагато краще, ніж “продавщиця”. Порівняймо: “кравчиня” від “кравець”, як “продавчиня” від “продавець”. “Фотографиня” незвично, але відповідає законам українського словотвору, і до цього слова можна звикнути».

Загалом, коли утворювати фемінітиви, варто послуговуватися таким простим правилом: якщо можна утворити слово за допомогою найпродуктивнішого суфікса *-к-*, то утворюємо, якщо ж із ним не вдається (наприклад, фахівець, ворог, службовець), тоді слід вдаватися до менш продуктивних *-ин-* (фахівчиня, ворогиня) чи *-иц-* (службовиця)» [3, с. 130].

У мас-медійному просторі працівники створюють низку кліше, лозунгів, слоганів, за допомогою яких можна конструювати й пропагувати гендерні стереотипи. Однією з визначальних ознак мови сучасних ЗМІ є залучення до активного вжитку лексики з гендерним маркуванням – сексизмів. До прикладів мовного сексизму зараховуємо переважання іменників і займенників чоловічого роду на позначення людини незалежно від її статі, адже це може призвести до «непомітності» жінок у мовному дискурсі. Прикладом цього можуть слугувати лексичні лакуни, зокрема, коли на позначення професій, посад, наукових ступенів існує лише форма чоловічого роду [5, с. 82].

Підкреслимо, що в офіційному, публіцистичному й науковому стилях сьогодні продовжують домінувати маскулінитиви (фемінітиви та маскулінитиви кваліфікуємо як номінативні одиниці) у назвах професій і посад: *міністр*, *лейтенант*, *інженер*, *пілот*, *доцент*, тоді як «жіночі» відповідники відсутні. Фемінітиви функціонують у тих сферах професійної реалізації, де частка жіночої зайнятості перевищує або й повністю елімінує чоловічу: *ведуча*, *манікюрниця*, *покоївка*. Нівелюють стереотипні гендерні упередження намагання журналістів у медіатекстах використовувати словосполучення з прикладкою: *жінка-президент*, *дівчина-бухгалтер*, *мадам-генерал*. Учені звертають увагу на такі гендерні мовні зміни: а) лексичні лакуни (відсутність форм жіночого роду – наприклад, *хірург*, *диригент*), б) морфологічну асиметрію (вторинність форм жіночого роду – *поетка*, *лікарка*), в) семантичну асиметрію (форма чоловічого роду має позитивне значення, а

форма жіночого роду зазвичай зазнає пейорації – пор.: *професіонал – професіоналка*), що свідчить про залежність і вторинність фемінітивів. Тому для номінації професій у текстах й усному мовленні найчастіше використано маскулінітиви, що дозволяє зробити висновок про гендерну асиметрію професійних наративів: чоловічі, за стереотипним уявленням мовців, – первинні, голівні, домінантні, а жіночі – похідні [4, с. 8].

У сучасній українській літературній мові для утворення іменників на позначення осіб жіночої статі використовують такі найпродуктивніші форманти та їх похідні: *-к (а), -ш (а), -иц (я), -лиц (я), -ниц (я), -чиц (я), -щиц (я), -ес (а), -ис (а), -ин (я), -их (а)*.

Суфікс *-к* є панівним фемінізуючим елементом сучасних слов'янських мов у сфері словотворчого розряду в межах категорії особи. Він сполучається з основами слов'янського та іншомовного походження і надає значення жіночої статі повним основам безсуфіксних іменників чоловічого роду, наприклад: *аутсайдерка, бізнесменка, міністерка, спікерка, тинейджерка*; аббревіатурам та повним основам іменників з суфіксами слов'янського походження: *-ар (-яр); -ач (-яч); -тель; -ич; -ун* (частково); *-ай (-яй), -ин*, наприклад: *позивачка, приятелька, родичка, опікунка, гультайка* тощо (варто зазначити, що в цих моделях новотворів не виявлено); повним основам іменників й аббревіатур з суфіксами іншомовного походження: *-атор (-ятор, -истор); -ер (-ор, -тор, -онер); -ист (-іст); -ант (-янт, -ент); -ир; -ал; -ит; -от*, наприклад: *візажистка, губернаторка, дизайнерка, кредиторка, лобістка, міліціантка, підписантка, рекетирка, регіоналка* тощо; повним основам іменників, коли кінцевий – *к* суфіксів іменників чоловічого роду чергується з – *ч* перед суфіксом *-к(а)* в таких суфіксах: *-ак (-як); -ук (-юк); -ик (-ік)*; частково *-ник, -овик*, наприклад: *січовичка* (інші названі суфікси серед новотворів не представлені); усіченим основам іменників (відповідники жіночого роду не містять елементів *-ець, -ин*) у випадках, коли іменники чоловічого роду містять суфікси: *-ець (-овець, -івець, -анець, -янець, -инець, -інець)*; *-анин (-янин); -ин*, наприклад, *бютівець – бютівка, висуванець – висуванка*; у моделях із суфіксами – *анин (-янин)*, які надають значення належності особи до певної території, новотворів не виявлено, наприклад: *полтавчанин – полтавчанка* [2, с. 8, 9].

Суфікс *-иц-я (-лиц(я), -ниц(я), -чиц(я), -щиц(я))* приєднується: до суфіксальних основ мотивувальних іменників чоловічого роду, якщо: суфіксові *-ець (-лець)* в утвореннях чоловічого роду відповідає *-иц(я), -лиц(я)* в іменниках на позначення осіб жіночого роду: *виконавець – виконавиця, умілець – умілиця, щасливець – щасливиця*, але новотворів у цій моделі не виявлено; суфіксові *-ик (-ник, -чик, -щик)* в утвореннях чоловічого роду відповідає *-иц(я), -ниц(я), -чиц(я), -щиц(я)* в іменниках на позначення осіб жіночого роду, наприклад: *контрактник – контрактниця, мажоритарник – мажоритарниця; піарник – піарниця – піарщиця* [2, с. 9].

Суфікс *-ин (я)* приєднується: до повних основ мотивувальних іменників чоловічого роду, наприклад: *олігархия, політологиня, педагогиня, соціологиня, філологиня, філософиня, шефиня* тощо; до усічених суфіксальних іменників чоловічого роду з суфіксом *-ець*, наприклад: *борець – борчиня, покупець – покупчиня* [2, с. 10].

Упродовж 2017–2019 рр. під час перегляду новин на телеканалах «1+1», «СТБ», «Україна» ми простежили родову диференціацію іменників на позначення осіб у мовній практиці телеведучих. Так, *водійку смертоносного Lexus Зайцеву привезли до суду в Харкові* (ТСН, 20.10.2017); *на Київщині, на залізничному переїзді поблизу Глевахи, було вбито активістку, добровольцю батальйону «Київ» Аміну Акуєву...*, *одеска за народженням, на Майдані була лікарем; начальниця відділку Департаменту освіти м. Одеси; Віта Дубовик – речниця прокурора Харківщини* («Вікна», 30.10.2017); *журналістка, юристка, авторка пісень для А. Лорак* («Сьогодні», 30.10.2017); *психологиня, гумористка, жартівниця, акторка* («Світське життя», 04.11.2017); *О. Воробей – юристка; Л. Гайдамака – завідувачка педіатричного відділення* («Вікна», 06.11.2017); *Л. Гойна – продавчиня; тисячу школярів і студенток долучено до проекту; 33-річна журналістка ...* («Сьогодні», 08.11.2017); *лікарка за фахом...; полонянку тримали тиждень; заручниця була звільнена; колишня Міністерка освіти Угорщини; депутатка* («Вікна», 09.11.2017); *педагогиня з 38-річним стажем; психологиня пані Жанна; заступниця керівника Чернівецької ОДА* («Вікна», 13.11.2017); *учителька на чолі п'ятикласниці намалювала оцінку; директорка Вербовецької школи; математичка ось такої думки...* («Вікна», 20.11.2017); *товаришка, зловмисниця, інспекторка, інженерка, директорка благодійного фонду, акторка* («Вікна», 27.11.2017); *упорядниця книги Тетяна Пастушенко, поетка Ірина* («Вікна», 28.11.2017); *директорка Подільського дитячого інтернату* («Вікна», 29.11.2017); *організаторка творчої майстерні «Так»* («Вікна», 30.11.2017); *засновниця ініціативи «Мокрі носики»; керівниця Київського відділку продажів компанії* («Вікна», 05.12.2017); *головна спеціалістка; парафіянка храму* («Вікна», 18.12.2017); *Емма Андріївна – одна з найвідоміших українських мисткинь* (ТСН, 11.03.2018); *редакторка програми, президентка фонду* («Вікна», 13.03.2018); *речниця поліції; керівниця; журналістка* («Вікна», 09.01.2019); *виконувачка обов'язків; ректорка університету* («Сьогодні», 09.01.2019, 14.01.2019).

Як бачимо, іменники на позначення осіб жіночого роду утворено за такими принципами: приєднання до безсуфіксного іменника чоловічого роду суфікса, який утворює іменник жіночого роду (критик – критикеса); приєднання до суфіксального іменника чоловічого роду суфікса, який утворює іменник жіночого роду (регіонал – регіоналка); заміна суфікса при творенні іменника жіночого роду від іменника чоловічого роду (піарник – піарниця, керівник – керівниця).

#### IV. Висновки

Отже, мова є одним із найважливіших джерел знання про гендерну стереотипізацію та її зміну в часі. Аналіз мовного матеріалу дозволяє визначити стереотипи, що вживають найчастіше. Питання про мовне вираження відмінності в статі іменників на позначення осіб пов'язано із широкою проблемою взаємовідношення між поняттями роду й статі в мові.

Оскільки у своїй статті ми розкрили не всі аспекти окресленої проблеми, перспективними в майбутньому є дослідження питання мовної специфіки традиційних, актуалізованих і нових стереотипів у формуванні гендерних образів молоді, що й розглядатиметься в наступних публікаціях.

#### Список використаної літератури

1. Бритікова К. В. Узуальне та оказіональне в інноваціях сучасної української мови: тенденції оновлення лексико-словотвірної категорії назв особи : автореф. дис.... канд. філол. наук: 10.02.01. Харків, 2007. 20 с.
2. Воловенко І. В. Диференціація родової належності нових іменників на позначення осіб в українській літературній мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2010. 18 с.
3. Гендер для медій : підручник / за ред. М. Маєрчик, О. Плахотнік, Г. Ярманової. 3-тє вид., випр. та доп. Київ : Критика, 2017. 200 с.
4. Маслова Ю. П. Гендерний дискурс сучасних друкованих україномовних ЗМІ : автореф. дис.... канд. філол. наук : 10.02.01. Луцьк, 2011. 20 с.
5. Маслова Ю. П. Формування й тиражування гендерних стереотипів у соціумі (на прикладі сучасних українськомовних ЗМІ). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологічна. Острог, 2013. Вип. 40. С. 81–87.
6. Слінчук В. В. Мовностилістичні засоби творення гендерних образів молоді (за матеріалами друкованих мас-медіа) : автореф. дис.... канд. філол. наук : 10.01.08. Київ, 2006. 20 с.
7. Слінчук В. В. Соціальна типізація гендерних стереотипів у мові ЗМІ. *Наукові записки Інституту журналістики : наук. зб. / за ред. В. В. Різуна ; КНУ імені Тараса Шевченка. Київ, 2004. Т. 17. С. 67–74.*

#### References

1. Britikova, K. V. (2007). The visual and occasional innovation in the modern Ukrainian language: the trend of updating the vocabulary-word-building category of person names: abstract, Ph Din Philology : 10.02.01. Kharkiv, 20 p. (in Ukrainian).
2. Volovenko, I. V. (2010). Differentiation of the generic membership of new nouns on the designation of persons in the Ukrainian literary language: abstract, Ph Din Philology: 10.02.01. Kyiv, 18 p. (in Ukrainian).
3. Mayerchuk, M., Plakhotnik, O., Yarmanovoyi, H. (eds.). (2017). Hender for media: tutorial. Kyiv : Krytyka, 200 p. (in Ukrainian).
4. Maslova, Yu. P. (2011). Gender discourse of modern printed Ukrainian-language media: abstract, Ph Din Philology : 10.02.01. Lutsk, 20 p. (in Ukrainian).
5. Maslova, Yu. P. (2013). Formation and replication of gender stereotypes in society (on the example of modern Ukrainian-language media). *Scientific notes of the National University of Ostroh Academy*. Series: philological. Ostrog, 40, 81–87. (in Ukrainian).
6. Slinchuk, V. V. (2006). Language-linguistic means of creating gender images of youth (based on printed mass media): abstract, Ph Din Philology : 10.01.08. Kyiv, 20 p. (in Ukrainian).
7. Slinchuk, V. V. (2004). Social typography of gender stereotypes in the language of the media. *Scientific notes of the Institute of Journalism*, 17, 67–74. (in Ukrainian).

Стаття надійшла до редакції 16.10.2018.

#### Остапчук С. С. Гендерный концепт в языковой практике СМИ Украины

В статье раскрыто использование способов родовой дифференциации новых существительных на обозначение лиц в современном телевизионном пространстве. Рассмотрены самые продуктивные форманты и их производные, которые используются в современном украинском литературном языке для образования существительных на обозначение лиц женского пола. В 2017–2019 гг. во время пересмотра новостей на телеканалах «1+1», «СТБ» и других прослежена родовая дифференциация существительных на обозначение лиц в языковой практике телеведущих современных каналов.

**Ключевые слова:** гендерный подход, гендерная стереотипизация, создание феминитивов, родовая дифференциация существительных, телевизионное пространство, средства массовой информации.

**Ostapchuk S. Gender Concept in Language Practice of Ukraine's Media**

**Research methodology.** In the course of the research, the following methods were used: descriptive – in the study of word-building types of new renowned nouns – the names of persons; method of component analysis – for the analysis of the semantic structure of innovative nouns; method of detecting the features of the environment of the analyzed units; transformational methodology – derivation processes in the system of nouns.

**Results.** The article outlines methods of generic differentiation of new nouns for the designation of persons in the modern television space. The generic differentiation of nouns on the designation of persons in the linguistic practice of present-day television channels (in 2017–2019 during the review of news on TV channels 1 + 1, STB, etc.) was traced.

It has been established that language is one of the most important sources of knowledge about gender stereotyping and its change over time. Analysis of the linguistic material allows you to determine the stereotypes that are used most often. The question of the linguistic expression of differences in the sex of nouns in the designation of persons is associated with a extended problem of the relationship between the concepts of gender and sex in the language.

It has been revealed that gender issues lie in the interdisciplinary plane and require the use of the achievements of the journalism related sciences - sociolinguistics, philology, gender linguistics, etc. The study of journalistic texts, oral statements allows us to understand more deeply the real gender situation in modern society.

The principles on which the nouns for the denotation of persons of the female genus are formed are as follows: the attachment to the nonsufic noun of the masculine form of the suffix, which forms the noun of the female genus (critic - critikesa); joining the suffixal noun of the masculine form of the suffix, which forms the noun of the female genus (regional – regionalka); replacement of the suffix in the creation of the noun of the female race from the noun of the masculine genus (piarnyk-piarnytsia).

Concepts of gender, gender stereotypes are revealed. They testify to the fact that in a modern society the gender perspective becomes especially urgent.

**Novelty.** In the article the morphological methods of generic differentiation of new nouns on the designation of persons are researched.

**Practical importance.** The results of the research can be used in the practice of institutions of higher education when reading the courses of modern Ukrainian literary language, stylistics.

**Key words:** gender approach, gender stereotyping, creation of feminitives, generic differentiation of nouns, television space, mass media.