

УДК 007 : 304 : 070 : 396

ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ПУБЛІКАЦІЙ ЖІНОК-ЖУРНАЛІСТОК ПРО ВІЙСЬКОВІ ПОДІЇ

ДМИТРЕНКО Альона,

магістрантка,

Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, вул. Мельникова, 36/1, м. Київ, 04119, Україна,
e-mail: dmytrenko.journ@ukr.net

Мета статті – дослідити особливості матеріалів жінок-журналістів про військові конфлікти та з'ясувати, які існують відмінності в порівнянні з матеріалами на цю ж тематику журналістів-чоловіків. Для досягнення поставленої мети використано загальнонаукові та спеціальні методи: історичний, порівняння (для пошуку схожих та відмінних рис матеріалів чоловіків і жінок), аналіз (для вивчення лексико-семантичних особливостей у журналістських матеріалах про військові події), індукція (для виявлення впливу гендерного чинника на висвітлення військового конфлікту), узагальнення (для формування висновків), моніторинг (для формування вибірки матеріалів), контент-аналіз (для виявлення особливостей у досліджуваних журналістських матеріалах).

У процесі аналізу вдалося встановити гендерні особливості у журналістських виступах про військові конфлікти. Такими особливостями є жанр матеріалу, спосіб подачі, лексика, тематика. Виявлено, що для матеріалів про військові конфлікти чоловіки переважно обирають аналітичні жанри, жінки – інформаційні. Жінки частіше вдаються до емоційно-забарвленої лексики, інформацію про подію часто подають через призму конкретної життєвої історії. Чоловіки більше здатні до аналізу та роздумів, у їхніх матеріалах часто присутній сарказм, вони намагаються знайти винних у ситуації, що склалася, та спрогнозувати, що буде далі. Місцеві мешканці, переселенці, військові та інші люди, на життя яких вплинула війна, частіше стають героями жіночих матеріалів.

Ключові слова: гендер, військові конфлікти, гендерлект, мовлення.

Вступ. Важливою складовою будь-якого військового конфлікту є інформаційна війна. З початком АТО в Україні мас-медіа стали вагомим чинником формування громадської думки, поглядів не лише українського суспільства, а й закордонного. Тому вони впливають на вирішення ситуації у східних областях України. Маючи такий вплив, необхідно розуміти, яку лексику, жанр, навіть спосіб візуалізації обрати для правильного висвітлення конфлікту на Сході України. Також варто усвідомлювати, як на матеріал впливає стаття автора, що дозволить краще зрозуміти контент.

Тема гендерних особливостей у матеріалах про військові конфлікти не є достеменно вивчена сучасними дослідниками. Роль жінки під час війни зацікавила вчених лише у 1980-х роках.

Мета статті – з'ясувати особливості матеріалів жінок-журналістів про військові конфлікти та з'ясувати й оцінити відмінності в порівнянні з матеріалами на цю ж тематику журналістів-чоловіків. Для реалізації мети потрібно виконати такі завдання: проаналізувати наукові підходи до вивчення гендерної специфіки подачі матеріалів; визначити лексичні відмінності в публікаціях про військові конфлікти; простежити гендерні відмінності у матеріалах на військову тематику, дослідивши жанри, стилістику, спосіб подачі.

Об'єктом дослідження є контент інтернет-ресурсу «Українська правда», предметом – гендерні особливості матеріалів про військові конфлікти. Хронологічні межі дослідження – січень–лютий 2017 р. (період загострення ситуації в АТО).

Методи дослідження. Для досягнення мети наукового дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи. Загальнонаукові методи дослідження: історичний (формування історіографії, ознайомлення з матеріалами на суміжні теми, з

етапами розвитку ґендерних досліджень), порівняння (зіставлення публікацій чоловіків-журналістів і жінок-журналісток із метою пошуку схожостей та відмінностей під час висвітлення військових конфліктів), аналіз (вивчення лексико-семантичних особливостей у журналістських матеріалах про військові події), індукція (виявлення впливу ґендерного чинника на висвітлення військового конфлікту) та узагальнення (для формування висновків). Спеціальні методи: моніторинг (для формування вибірки матеріалів), контент-аналіз (для виявлення особливостей, відмінностей у журналістських матеріалах, написаних жінками-журналістами про військові конфлікти).

Результати й обговорення. Під час висвітлення журналістами будь-якої теми потрібно зважати на її особливості. Важливою стороною збройного конфлікту, що має назву АТО, залишалася й інформаційна війна. Однак медіаексперти не мають спільної думки щодо того, як подавати інформацію з фронту: чи доречно критика, чи важливіша підтримка. «З одного боку критика «генералів» підриває бойовий дух армії. А з іншого, суспільство не вірить у професійність військового командування і критика сприймається, як засіб змусити Генштаб воювати ефективніше», – пише С. Демчук. «Під час війни інформацією маніпулюють усі. Бо інформаційні повідомлення це теж фронт. Сторона, яка воює, не може бути білою і пухнастою», – коментує О. Гарань, історик-міжнародник, політолог, політконсультант [1]. Важливим залишається і ґендерний аспект матеріалів про військові конфлікти. Ґендерні дослідження та взагалі тема ґендеру вже понад століття цікавить учених різних галузей. Першопрохідцем вважають Г. Гейманса, автора праці «Психологія жінки» (1911 р.), проблеми ґендерної ідентичності та соціалізації були розкриті у праці М. Міда «Дорослішання на Самоа», К.-Г. Юнг увів поняття архетипів «чоловічості» та «жіночості», слово «ґендер» запозичив із англійської граматики при вивченні транссексуальності й увів у науку сексолог Джон Мані. Ґендерне питання зацікавлює й сучасних українських дослідників, таких як В. Агеєву, В. Близнюк, І. Головащенко, Н. Лавриненко, О. Луценко, С. Оксамитну, М. Скорик, О. Фоменко, Н. Чухим, М. Богачевську-Хом'як, Л. Булатову, О. Дашковську, О. Аніщенко.

Ґендер – це змодельована суспільством та підтримувана соціальними інститутами система цінностей, норм і характеристик чоловічої й жіночої поведінки, стилю життя та способу мислення, ролей та стосунків жінок і чоловіків, набутих ними як особистостями в процесі соціалізації, що насамперед визначається соціальним, політичним, економічним і культурним контекстами буття і фіксує уявлення про жінку та чоловіка залежно від їхньої статі [2, с. 37].

Т. Говорун зазначає, що ґендерні стереотипи – це набір загальноприйнятих та консервативних норм і суджень, що мають відношення до статусу жінок і чоловіків, норм поведінки, мотивів їхніх вчинків і характеру потреб. Ґендерні стереотипи засновують вже існуючі ґендерні відмінності і взаємостосунки [3, с. 304].

Дослідивши особливості жіночої та чоловічої мовленнєвої діяльності варто зазначити низку відмінностей. У жіночому письмовому мовленні характерним є безліч вступних слів, модальних конструкцій та обставин, що є вираженням невпевненості; схильність до використання кліше й так званої «книжкової лексики»; вживання оціночних висловлювань (слів і словосполучень), уникнення називання особи чи імені; значна образність мови при розповіді про почуття, використання прислівників та прикметників, що емоційно забарвлює мовлення; часто трапляються конструкції у вигляді «прислівник + прислівник» та прості й складносурядні речення, синтаксичні звороти, що містять у собі подвійне заперечення; також текст є більш емоційно забарвленим і більше використовується пунктуаційних знаків.

До особливостей чоловічого мовлення належать: повторюване використання вступних слів, а саме констатації фактів; вживання одноманітних лексичних прийомів, коли говориться про вираження емоцій та використання найменшої емоційної

індексації; низька ступінь використання пунктуації при емоційному напруженню мови [4, с. 56–57].

Після проведення аналізу публікацій Є. Горошко засвідчує, що для жінок властивим є вживання більш чуттєвого стилю. Саме тому для жінок характерно ширше використання словника і більш точний та складніший синтаксис речень. Наслідки асоціативного дослідження теж засвідчили, що жіночі асоціації є більш розгорнутими, а чоловічі резонанси інсценують переважно стереотипізованість [5, с. 190].

Гендерлект – передбачуваний постійний набір ознак жіночої та чоловічої мови, правила мовної поведінки, стратегії й тактики мовної поведінки чоловіків і жінок у різноманітних комунікативних ситуаціях у контексті тієї чи іншої культури. Існування деяких стильових особливостей, властивих переважно чоловікам або переважно жінкам, обумовлено впливом соціальних, культурних, гормональних факторів. Однак причини відмінностей залишаються досі дискусійними [6, с. 73].

У ранніх дослідженнях взагалі припускалось існування особливої жіночої мови. Однак праці останніх років усе чіткіше вказують на той факт, що вести мову про гендерлект є неправомірно та ненауково. Роль субкультурного фактору в цьому випадку значно перебільшена. Відмінності жіночої та чоловічої мови є не настільки значними, не виявляються у кожному мовленнєвому акті та не свідчать, що стать є визначальним фактором комунікації, як це передбачалось на початковому етапі розвитку феміністської лінгвістики [7, с. 137].

Для досягнення поставленої мети проаналізовано контент «Української правди» протягом двох місяців після загострення ситуації (січень–лютий 2017 р.). За цей період про військові конфлікти (з різних аспектів) опубліковано 58 матеріалів. Із них 33 написані чоловіками, це 57 %, 25 – жінками (43 %).

Виявилося, що жінки здебільшого подають контент в інформаційних жанрах – 60 % матеріалів, аналітичних – 40 %, у художніх жанрах матеріали за досліджуваній період не представлені. Чоловіки надають перевагу аналітичним жанрам – 88 % матеріалів, інформаційних жанрів помітно менше – 12 %, у художніх жанрах, як і попередньо, публікацій не було.

Київська дослідниця О. Голік вважає, що будь-який жанр – це особливий тип спілкування. Узагалі, комунікативний аспект є основою будь-якого жанру, адже призначення журналістики полягає у комунікації, точніше, у забезпеченні комунікації між владою та суспільством, між різними соціальними інститутами. Тому при виборі жанру для майбутнього матеріалу журналіст, свідомо чи підсвідомо, встановлює правила та особливості комунікації: з ким і як вона відбуватиметься [8, с. 115].

Про війну можна писати по-різному. Різниця між матеріалами про військові конфлікти, написані журналісткою чи журналістом, помітна не лише з точки зору жанрової палітри та статистики щодо кількості публікацій. Відмінними також є тематичне спрямування та спосіб подачі. Чоловіки частіше вдаються до історії, порівнюють минуле з майбутнім. Журналісти більше розповідають про хід подій, аналізують із точки зору політики, історії, економіки; передбачають, що буде далі та чому так сталося. Аналітичні матеріали чоловіків спонукають до роздумів, є сарказм, можуть бути навіть різкі висловлювання. Жінки емоційніше сприймають нетипові для буденного життя ситуації. Вони більш вразливі, тому в жіночих матеріалах, на відміну від чоловічих, багато сентиментальних висловів.

Героями матеріалів кореспонденток часто є місцеві мешканці («Донбас: це все про любов»). Кореспондентки пишуть про те, як змінилося життя людей, їхня робота, спосіб заробітку («Станиця Луганська: війна з помідорами та огірками»). Про події, які трапилися на фронті, розповідають через історії конкретних людей, пишуть про особистостей, зокрема волонтерів («Баба Люда» і «дед Паша». Дуже особливі волонтери з Полтавщини»). Тож журналісток передусім цікавлять буденні проблеми пересічних громадян, на яких вплинула війна.

Журналістки часто пишуть про людей, яких їм стало шкода, чи професії, яких суспільство та представники ЗМІ не оцінили під час війни. Кореспондентки звертаються до моральних тем, намагаються «виховувати» суспільство, закликають до чуйності та людяності. Наприклад, у публікації «Традиція, сильніша за мораль» Мар'яна П'єцух розмірковує про те, наскільки моральним є використання піротехніки під час війни. Чоловіків-журналістів такі теми у сфері війни здебільшого не цікавлять. Тобто, при виборі тематичного спрямування чоловіки керуються логікою, холодним розумом, виваженістю.

Для того, щоб дослідити ґендерні особливості у лексиці матеріалів про військові конфлікти «Української правди» за січень–лютий 2017 р., було проведено дослідження частоти застосувань певних одиниць лексики. За одиницю аналізу обрано такі категорії: «війна», «збройний конфлікт», «АТО» – на позначення ситуації на Сході України; «переселенці», «біженці», «мирне / місцеве населення», «діти», «жінки», «матері / мами» – на позначення жителів Донецької та Луганської областей; «армія», «наші», «військовослужбовці», «військові» – на позначення українських солдатів; «терористи», «сепаратисти», «вороги», «бойовики» – на позначення армії супротивника та «Путін», оскільки прізвище російського президента з початком АТО в українських ЗМІ почало зустрічатися частіше. Слова «військові» та «наші» аналізувалися як субстантивовані іменники на позначення солдатів. Слово-сполучення в значенні прикметника, наприклад «військова техніка» та «наші враження», не враховувалися.

Ситуація на Сході України, зокрема відповідно до міжнародного законодавства, офіційно не називається війною. Однак, за результатами дослідження, журналісти найчастіше використовують саме це слово на позначення конфлікту. Чоловіки-журналісти за досліджуваний період використали у власних матеріалах слово «війна» 88 разів, жінки – 101. Різниця ніби незначна, але жінками написано менше публікацій, вони емоційніше сприймають події, пов'язані з АТО, тому й обирають більш значимі, «кричущі» слова. Подібні результати отримано й щодо словосполучень «воєнний / збройний конфлікт». Чоловіки їх використали 30 разів, жінки – 39. Журналісти для окреслення конфлікту надають перевагу слову «АТО» – використали 42 рази, тоді як журналістки – 37 разів.

Терміни «біженці» та «переселенці» з лінгвістичної точки зору мають різне смислове навантаження, хоча жінки-журналістки користуються словом «переселенці» частіше (10 разів), тоді як чоловіки жодного разу не ввели в свій контекст це слово щодо мешканців східних регіонів. «Біженцями» журналісти назвали жителів лише раз, жінки-журналістки – 6, хоча мали на увазі громадян України, тому це слово, відповідно до чинного українського законодавства, вживалося неправильно. Слово-сполученнями «мирне / місцеве населення» теж частіше користуються жінки – 16 разів, чоловіки – 7, вони надають перевагу нейтральним висловлюванням і взагалі рідше порушують теми життя мирного населення у своїх матеріалах.

Цю гіпотезу яскраво підтверджують результати вживання слів «діти», «жінки», «матері / мами». Про дітей у своїх матеріалах чоловіки-журналісти згадали двічі, тоді як жінки-журналістки – 75 разів. Слово «жінка» у матеріалах репортерів-чоловіків трапилося тричі, у публікаціях жінок – 31. Як і про дітей, кореспонденти двічі звернулися до слова «мама», жінки-журналістки словами «матері / мами» користувалися частіше – 23 рази. Такі результати свідчать про те, що жінки та діти частіше стають героями матеріалів журналісток, чоловіки ж надають перевагу політикам, військовим, перебігу подій, новинам із АТО та аналітиці.

Чоловіки-журналісти, пишучи про українських солдатів, серед слів «армія», «наші», «військовослужбовці / військові» найчастіше обирають останні слова – 76 разів, жінки – 33. Про армію журналістки згадали лише 7 разів, чоловіки – 47. Як виявилось, жінки не схильні до «панібратства» під час висвітлення військових кон-

фліктів: «нашими» солдатів не назвали жодного разу, а чоловіки – 5 разів. Це знову свідчить про тематичне наповнення матеріалів – чоловіки частіше пишуть про армію, військовослужбовців у цілому, тоді як жінок цікавлять особистості та життя окремо взятих людей.

На позначення армії супротивника журналістки, як правило, використовують слово «бойовики» – 64 рази, чоловіки ж лише 12 разів. Дослідження показує – це найменш агресивна назва для армії супротивника. «Терористи», як означення армії супротивника, у матеріалах журналісток трапилися раз, у чоловіків-журналістів – сім. Слово «сепаратисти» кореспонденти – жінки й чоловіки – використовують однаково – по 9 разів. «Ворогами» російських солдатів чоловіки назвали 14 разів, жінки – 1. Тобто, чоловіки використовували більш агресивні слова. Про Путіна, відповідно до результатів дослідження, частіше згадують жінки – 25 разів, чоловіки – 19.

Дослідниця Т. Землякова зауважує, що чоловіки-журналісти звертаються до глобальних проблем через їх панорамне сприйняття, а також це свідчить про застосування тактики безапеляційної констатації типу «самі винні», «я знав, що так буде» [9, с. 119]. На противагу чоловікам, жінки не застосовують подібну тактику. У публікаціях інформаційного чи аналітичного характеру вони поступово викладають суть, шукають шляхи вирішення проблеми.

Висновки та перспективи. Для досягнення мети дослідження опрацьовано наукові джерела, що допомогло визначити поняття «війна», «військовий конфлікт», «гендер», «гендерлект» та інші, ознайомитися з науковими працями вчених, які досліджували гендерний аспект.

Також досліджено лексичні відмінності в матеріалах про військові конфлікти. Виявилось, що для позначення ситуації на Сході України жінки-журналістки використовують більш «кричущі» слова. І це свідчить про емоційніше ставлення до військового конфлікту.

Чоловіки-журналісти частіше обирають емоційно-нейтральні слова, якими є абрєвіатури, наприклад, «АТО». Цю тезу також доводять результати вживання слів «біженці» та «переселенці», які частіше використовують жінки. Таким чином, вони наголошують на складній життєвій ситуації, спричиненій війною. Чоловіки демонструють свою войовничість та негативне ставлення – слово «ворог» у них використовується значно частіше.

Вживання емоційно-забарвленої лексики жінками є однією з основних відмінностей чоловічого та жіночого мовлення. Застосування такої лексики пояснюється кількома причинами. Жінки мислять образніше, емоційніше реагують на ситуацію, тому в їхніх матеріалах більше образів, деталей та експресії. Жінки сприймають комунікацію інакше за чоловіків: під час інтерв'ю чоловік прагне винятково отримати інформацію, а жінка сприймає відповідь на питання не лише як факти, а й оцінює успішність комунікації, наприклад, зацікавленість співрозмовника.

Різниця у журналістських матеріалах про війну, написаних чоловіками й жінками-журналістами, полягає у тематичному спрямуванні та способі подачі. У публікаціях журналістів часто війна подається з точки зору політики, історії, економіки, чоловіки-репортери намагаються спрогнозувати подальший хід подій та знайти винних. Такі матеріали нерідко мають саркастичний підтекст. Матеріали журналісток більш емоційні, але водночас доброзичливі. Жіноча вразливість у журналістських текстах втілюється в незначну сентиментальність, а на противагу чоловічому аналізу з'являються історії про конкретних людей.

Подальші дослідження контенту вітчизняних засобів масової інформації дозволить ширше з'ясувати особливості матеріалів жінок-журналістів про військові конфлікти та поглибити знання про відмінності в порівнянні з матеріалами на цю ж тематику журналістів-чоловіків.

1. *Ізраїльський досвід висвітлення війни* [Електронний ресурс] // Українська правда. Блоги. – Режим доступу: <http://blogs.pravda.com.ua/authors/haran/551d9ce59e1cf/>. – Дата доступу: 06.12.2015.
2. *Агеєва В. П.* Основи теорії гендер: навч. посібник / В. П. Агеєва, В. В. Близнюк та ін. – К.: К.І.С., 2004. – 535 с.
3. *Говорун Т. В.* Гендерна психологія: навч. посіб. / Т. В. Говорун, О. М. Кікінежді. – К.: Вид. центр «Академія», 2004. – 304 с.
4. *Кирилина А. В.* Развитие гендерных исследований в лингвистике / А. В. Кирилина // Филологические науки. – 1998. – № 2. – С. 51–58.
5. *Горошко Е. И.* Гендерные особенности электронной коммуникации в Интернете / Е. И. Горошко // Право і безпека. – 2005. – Т. 4, № 6. – С. 189–192
6. *Жукова И. Н.* Словарь терминов межкультурной коммуникации / И. Н. Жукова, М. Г. Лебедько, З. Г. Прошина, Н. Г. Юзефович; под ред. М. Г. Лебедько и З. Г. Прошиной. – М.: ФЛИНТА; Наука, 2012. – 632 с.
7. *Жунусова А. К.* Понятие гендерлект как набор признаков мужской и женской речи / А. К. Жунусова // Вестник КАСУ. – Казахстанско-Американский свободный университет, 2010. – № 2. – С. 135–139.
8. *Шостак І. В.* Використання гендерного аналізу в психологічних дослідженнях: вступ до розгляду проблеми / І. В. Шостак // Наукові записки. Серія «Психологія і педагогіка». – Острого, 2009. – Вип. 13. – С. 488–498.
9. *Землякова Т.* Гендерний складник соціальних комунікацій: структура та функції (на матеріалах друкованих видань України за 2008-2012 роки): дис. ... канд. наук із соц. комунік.: 27.00.04 / Землякова Тетяна Анатоліївна. – К., 2012. – 211 с.

UDC 007 : 304 : 070 : 396

Gender peculiarities in the content of publications by women journalists on war events**Dmytrenko Aliona**, magister,

Taras Shevchenko National University of Kyiv, The Institute of Journalism, 36/1, Melnykova St., Kyiv, 04119, Ukraine, e-mail: dmytrenko.journ@ukr.net

The main objective of the article is to investigate the material features of women journalists about armed conflicts and find out what are the differences compared with the materials on the same issue of male journalists. To achieve the goal of the article was used general scientific and special methods: historical (formation historiography), comparison (for finding similar and different features of the materials for men and women), analysis (to examine lexical and semantic features of journalistic materials about military events), induction (to identify the impact of gender factor on the coverage of the military conflict), synthesis (to draw inferences), monitoring (for sampling materials), content analysis (to identify particularly rectification of materials studied journalism).

Thanks to the work conducted in the study it was found that there are gender features of journalistic materials about military conflicts. These features are genre material, method of feeding, vocabulary, themes. It was found that materials of military conflicts males usually choose analytical genres, women are good in informational. Women often resort to emotionally colored vocabulary; an appointment is often served in the light of specific life history. Men are more capable of analysis and reflection on their content often present sarcasm, they try to find those responsible for the current situation and predict what will happen next. Local residents, settlers, military and others, life affected by war, women often become heroes materials.

Key words: gender, military conflicts, genderlect, language.**Гендерные особенности публикаций женщин-журналистов о военных событиях
Дмитренко Алена**

Цель статьи – исследовать особенности материалов женщин-журналистов о военных конфликтах и выяснить, какие существуют различия по сравнению с материалами на эту же тематику журналистов-мужчин. Для достижения поставленной цели использованы общенаучные и специальные методы: исторический (формирование историографии), сравнение (для поиска похожих и отличительных особенностей материалов мужчин и женщин), анализ (для изучения лексико-семантических особенностей в журналистских материалах о военных событиях), индукция (для выявления влияния гендерного фактора на освещение военного конфликта), обобщение (для формирования выводов), мониторинг (для формирования выборки материалов), контент-анализ (для выявления особенностей в исследуемых журналистских материалах).

Благодаря проведенным в работе исследованиям удалось установить, какие наблюдаются гендерные особенности в журналистских материалах о военных конфликтах. Такими особенностями являются жанр материала, способ подачи, лексика, тематика. Было обнаружено, что для материалов о военных конфликтах мужчины преимущественно выбирают аналитические жанры, женщины – информационные. Женщины чаще прибегают к эмоционально-окрашенной лексике, информацию о событии часто подают сквозь призму конкретной жизненной истории. Мужчины больше способны к анализу и размышлению, в их материалах часто присутствует сарказм, они пытаются найти виновных в сложившейся ситуации и спрогнозировать, что будет дальше. Местные жители, переселенцы, военные и другие люди, на жизнь которых повлияла война, чаще становятся героями женских материалов.

Ключевые слова: *гендер; военные конфликты; гендерлект; речь.*

1. The Israeli experience covering war [electronic resource] // Ukrainian true. Blogs. – Access: <http://blogs.pravda.com.ua/authors/haran/551d9ce59e1cf/>. – Access Date: 06.12.2015.
2. Aheyeva, V.P., and Blyznjuk, V.V. Basic theory of gender: teach. manual / V. P. Aheyeva, V. V. Blyznjuk. – К. : KIS, 2004. – 535 p.
3. Govorun, T. Gender Psychology: Training. guidances. / T. Govorun, A. Kikinezhdhi. – К. : Type. Center «Academy», 2004. – 304 p.
4. Kyrylyna, A. Development of gender studies in linguistics / A.V. Kyrylyna // Philological science. – 1998. – № 2. – P. 51-58.
5. Goroshko, E. I. Gender peculiarities of electronic communication on the Internet / E. I. Goroshko // Law and safety. – 2005. – No. 4/6. – P. 189–192.
6. Zhukova, I. N. Dictionary of terms of intercultural communication / I. N. Zhukova, M. G. Lebedko, Z. G. Proshina, N. G. Yuzefovich; Ed. M. G. Lebedko and Z. G. Proshina. – Moscow: Flint; Science, 2012. – 632 pages.
7. Zhunusova, A. K. The concept of gender selection as a set of signs of male and female speech / A. K. Zhunusova // KASU. – Kazakhstan – American Free University, 2010. – No. 2. – P. 135–139.
8. Shostak, I. Use of gender analysis in psychological research: an introduction to address the problem / I. V. Shostak // Scientific notes. A series of «Psychology and Pedagogy». – Ostrog, 2009. – Vol. 13. – P. 488–498.
9. Zemlyakova, T. Gender component of social communications: structure and function (based on publications of Ukraine for 2008-2012): Dis. candidate. Science of social. communicative. : 27.00.04 / Zemlyakova Tatiana; Taras Shevchenko National University of Kyiv, Institute of Journalism. – К., 2012. – 211 p.

Стаття надійшла до редакції 07.05.2017