

Держава та регіони

ISSN 2219-8741

Серія: Соціальні комунікації
2020., № 2 (42)



Науково-виробничий рецензований журнал

виходить щоквартально

Головний редактор:

А. О. Бессараб,

доктор наук із соціальних комунікацій, доцент

Редакційна колегія:

Соціальні комунікації

Богуславський О. В., доктор наук із соціальних комунікацій,
професор

Женченко М. І., доктор наук із соціальних комунікацій,
доцент

Зелінська Н. В., доктор філологічних наук, професор

Зикун Н. І., доктор наук із соціальних комунікацій, доцент

Ковпак В. А., доктор наук із соціальних комунікацій,
доцент

Лизанчук В. В., доктор філологічних наук, професор

Пенчук І. Л., доктор наук із соціальних комунікацій,
професор

Пономаренко Л. Г., доктор наук із соціальних комунікацій,
професор

Поплавська Н. М., доктор філологічних наук, професор

Теремко В. І., доктор наук із соціальних комунікацій, доцент

Фінклер Ю. Е., доктор філологічних наук, професор

Бондаренко І. С., кандидат філологічних наук, доцент

Гіріна Т. С., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

Досенко А. К., кандидат наук із соціальних комунікацій

Кіца М. О., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

Козиряцька С. А., кандидат наук із соціальних комунікацій

Мудра І. М., кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент

Полєжаєв Ю. Г., кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент

Хітрова Т. В., кандидат філологічних наук, доцент

Соціологія

Гордієнко Н. М., доктор соціологічних наук, доцент

Зоська Я. В., доктор соціологічних наук, професор

Позднякова-Кирбят'єва Е. Г., доктор соціологічних
наук, професор

Іноземні члени редакційної колегії:

В. Івченков, доктор філологічних наук, професор
(Республіка Білорусь)

С. Харитоновна, кандидат філологічних наук, доцент
(Республіка Білорусь)

О. Синовець, доктор філософії в галузі соціології
(Республіка Польща),

Б. Плішка, доктор філософії в галузі політології
(Республіка Польща),

Рагімлі Руслан Гігал огли, кандидат історичних наук,
доцент (Азербайджан)

Засновник:

Класичний приватний університет
Свідоцтво Міністерства юстиції України
про державну реєстрацію друкованого засобу
масової інформації
Серія КВ № 16369-4841Р від 10.02.2010

Видавець:

Класичний приватний університет
Свідоцтво Державного комітету телебачення
та радіомовлення України
про внесення суб'єкта видавничої справи до
Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 3321 від 25.11.2008

Журнал ухвалено до друку вченою радою
Класичного приватного університету
26 лютого 2020 р., протокол № 5

Усі права захищені. Повний або частковий передрук
і переклади дозволено лише за згодою автора
і редакції. При передрукуванні посилання на журнал
"ДЕРЖАВА та РЕГІОНИ.
СЕРІЯ: СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ"
обов'язкове.

За повноту та достовірність
викладених фактів і положень
відповідальність несуть автори публікацій.

Редактор: А. О. Бессараб
Технічний редактор: Ю. В. Бабич
Дизайнер обкладинки: Я. В. Зоська

Адреса редакції:

Класичний приватний університет
69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70б
Телефони/факс: (0612) 220-58-42, 63-99-73

Здано до набору 03.02.2020
Підписано до друку 03.03.2020
Формат 60×84/8. Різографія. Тираж 300 пр. Замовлення № 02-20Ж.
Виготовлено на поліграфічній базі
Класичного приватного університету

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

<i>Т. І. САЩУК</i> КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (НА ПРИКЛАДІ ОФІЦІЙНИХ СТОРІНОК НАРОДНИХ ДЕПУТАТІВ У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ «ФЕЙСБУК»).....	4
<i>К. О. ТЕМЧУР</i> СЕРІАЛ ТА ПОЛІТИЧНЕ ШОУ ЯК НОВІ ФОРМИ ПОЛІТИЧНОЇ МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ	14

ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

<i>Н. Ф. БАЛАНДІНА</i> МЕДІАОБРАЗ ТОМАША ПАДУРИ ЯК СИМВОЛ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОГО ЄДНАННЯ	20
<i>Т. HIRINA, N. ZYKUN</i> CHRONICLES OF AFFIRMATION OF THE IMAGE OF UKRAINIANS IN THE NORTH AMERICAN MULTICULTURAL MEDIA SPACE (1930 – BEGINNING OF 1931).....	28
<i>Т. В. ІВАНЮХА</i> АДВОКАЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК СВІТОВА МЕДІАПРАКТИКА ТА МЕТАЖАНР.....	35
<i>А. А. КОНДРИКО, М. В. КЛЮЄВА</i> ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ОБРАЗУ ЖІНКИ НА ШПАЛЬТАХ ЖУРНАЛЬНИХ МЕДІА ДЛЯ ЧОЛОВІКІВ	41
<i>В. В. КОСТЮК, Ю. В. КОСТЮК, О. В. УСМАНОВА</i> ЖУРНАЛІСТСЬКІ ПРОФЕСІЇ НА РАДІО В ЕПОХУ КОНВЕРГЕНТНОСТІ МОВЛЕННЯ.....	48
<i>Е. І. ОГАР</i> КНИЖКОВІ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА В КОНТЕКСТІ КУЛЬТУРНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ	56
<i>Т. В. РЕШЕТУХА, Н. І. БОРСУК</i> РЕФОРМА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ Й ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ВЛАДИ В РЕГІОНАЛЬНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ.....	62
<i>О. І. СКІБАН</i> «КНИЖНИК-REVIEW» – ЧАСОПИС ФАХОВОЇ КНИЖКОВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ.....	70
<i>І. М. ЦИПЕРДЮК</i> ВИСВІТЛЕННЯ ТРАГЕДІЇ ГОЛОДОМОРУ (1932–1933) В АКТУАЛЬНИХ ПРОГРАМАХ УКРАЇНСЬКИХ РЕДАКЦІЙ «ГОЛОСУ АМЕРИКИ», ВВС, DW, РАДІО «ВАТИКАН» І «СВОБОДА».....	75
<i>О. Л. ЧУБУК</i> ПРОБЛЕМИ ТЕМАТИЧНОГО Й ЖАНРОВОГО НАПОВНЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ РЕГІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ	83

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

<i>О. В. БОНДАР</i> МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛІТЕРАТУРНИХ КОНКУРСІВ ТА ПРЕМІЙ	90
<i>Т. С. ЛЕОНТЬЄВА</i> ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ КНИГИ ЯК СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ФЕНОМЕНУ В ПЕРІОД 1917–1920-Х РОКІВ	95
<i>М. Р. СТАХІВ</i> ВИКЛИКИ ПРИ СТВОРЕННІ ІННОВАЦІЙНИХ ЕЛЕКТРОННИХ ВИДАНЬ ДЛЯ ДІТЕЙ	102
<i>Н. М. ФІГОЛЬ, Є. В. ЧИКАЛЮК</i> ЗАСТОСУВАННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ЕЛЕКТРОННОГО НАВЧАЛЬНОГО ВИДАННЯ.....	109

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

<i>I. С. БОНДАРЕНКО</i> КОНЦЕПТ «РЕКОНСТРУКЦІЯ» ЯК СИМВОЛІЧНИЙ МАРКЕР РАДИКАЛЬНОГО СОЦІАЛЬНОГО ІНЖИНІРИНГУ	116
<i>М. М. НЕТРЕБА</i> ПРОМОЦІЯ ОСВІТНЬОГО ПРОЄКТУ ІНСТРУМЕНТАМИ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ПРОЄКТУ «ПОЧАТКОВА ШКОЛА: ОСВІТА ДЛЯ ЖИТТЯ»)	122
<i>А. І. ТЕРНОВА, Д. С. ШВЕЦОВ</i> ОЗВУЧУВАННЯ В ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ВИРОБНИЦТВІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	127
<i>Ю. П. ЩЕГЕЛЬСЬКА</i> ПРОБЛЕМАТИКА ЗАСТОСУВАННЯ ТРИВИМІРНОЇ АНІМАЦІЇ ТА СПЕЦИФІКА ЇЇ СПРИЙНЯТТЯ В ДОДАНІЙ РЕАЛЬНОСТІ: КОМУНІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТ	132

МОВА МЕДІА

<i>С. С. ОСТАПЧУК</i> ГЕНДЕРОВАНА МОВА В ГАЗЕТНОМУ Й ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ: СУЧАСНЕ БАЧЕННЯ.....	139
---	-----

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У ФОКУСІ СОЦІОЛОГІЇ

<i>А. ІHRUSHKO, S. BELKOVA</i> POLITICAL SOCIALIZATION OF YOUTH AS A PRODUCT OF INTERACTION OF VALUE-MENTAL ATTITUDES OF AN INDIVIDUAL AND PURPOSEFUL INFORMATION INFLUENCE	144
--	-----

МОВА МЕДІА

УДК 316.811.161.2

DOI [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.2\(42\).21](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.2(42).21)

С. С. Остапчук

кандидат педагогічних наук

старший викладач кафедри журналістики

e-mail: sup-ss@ukr.net, ORCID: 0000-0002-1124-5965

Національний авіаційний університет

просп. Космонавта Комарова, б. 1, м. Київ, 02000, Україна

ГЕНДЕРОВАНА МОВА В ГАЗЕТНОМУ Й ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ: СУЧАСНЕ БАЧЕННЯ

У статті розкрито родову диференціацію іменників на позначення осіб у сучасному газетному й телевізійному просторі; висвітлено питання щодо використання гендерованих закінчень у мовній практиці засобів масової комунікації; визначено, що від більшості назв професій можна утворити форми для чоловічої й жіночої статі. Наголошено на доцільності використання жіночого та чоловічого родів або спільного роду замість загального чоловічого. Розглянуто питання гендеру в мовній комунікації.

У науковому контексті відображено різні підходи до гендерних теорій: соціологічний, лінгвістичний. Доведено загальну тенденцію гендерного підходу до соціокультурної дійсності: називаючи фемінітиви й маскулінітиви, соціальні ролі та процеси, надавати їм точності, експресивності.

Визначено дві групи фемінітивів: перша – іменники, які називають жінок за різними параметрами: родинними зв'язками, національністю, професією, посадою тощо. Друга група фемінітивів – це іменники, які називають самок тварин.

Встановлено, що засоби масової інформації відіграють важливу роль у формуванні громадської думки, оцінюванні подій, впливають на створення образів сучасних чоловіків і жінок, формують наші стереотипи щодо статі.

Виявлено, що найпродуктивнішим є суфікс -к-, за допомогою якого сьогодні утворюють найбільше фемінних інновацій, суфікс -іц- – другий за словотворчою продуктивністю, суфікс -ин- створює фемінітиви від чоловічих основ на -ець, -лог або на приголосний.

Відображено, що в новому правописі затверджено використання фемінітивів і найпродуктивніші моделі їх утворення.

З'ясовано, що найбільш перспективним і обґрунтованим напрямом аналізу особливостей чоловічого та жіночого мовлення є вивчення тактик мовної поведінки чоловіків і жінок у різних комунікативних ситуаціях з урахуванням культурної традиції конкретного суспільства.

Ключові слова: *гендер, гендерована мова, мовна культура, гендероване закінчення, фемінітиви, родова диференціація іменників, гендерний підхід, засоби масової інформації, телевізійний простір.*

I. Вступ

Нині актуальною є проблема гендерного підходу в мовленнєвій культурі. Мова чуйно реагує на зміни в житті. Вона не тільки відображає дійсність, а і є частиною символічних механізмів. Відображення гендерності прослідковується в мовному середовищі як серед молоді, так і серед дорослих особистостей.

Поняття «гендер» є модним та актуальним у сучасному газетному й телевізійному просторі. З огляду на це важливо розглянути використання гендерованих закінчень у мовленні людей цієї сфери.

Аналіз соціологічної та мовознавчої літератури з окресленої проблеми свідчить, що певною мірою її торкалися сучасні українські вчені в контексті досліджуваних ними питань: гендерність українських медіа (М. Маєрчик, О. Плахотнік, Б. Стельмах, Г. Ярманова, О. Ярош та ін.); генде-

рована мова в аналітичних матеріалах (Т. Марценюк та ін.); утворення, вживання та традиційність фемінітивів (О. Масалітіна (О. Малахова) та ін.); гендерні особливості в процесі мовної комунікації (М. Маерчик, Н. Собецька та ін.) [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 11].

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета нашого дослідження – розкрити використання гендерованої мови в сучасному газетному й телевізійному просторі України.

Основні завдання: розглянути творення фемінітивів в українській мові; розкрити родову диференціацію іменників на позначення осіб у сучасному газетному й телевізійному просторі.

У ході дослідження використано такі методи: описовий – дав змогу схарактеризувати словотвірні типи нових відіменних іменників – назв осіб; порівняльний – допоміг розкрити родову диференціацію іменників на позначення осіб у засобах масової інформації; компонентний аналіз – сприяв розгляду семантичної будови іменників-новотворів; трансформаційний – став у пригоді для розкриття фемінотворчих процесів у системі іменників.

III. Результати

У науковій літературі систему стать/гендер або рольовий гендерний підхід учені називають особистісним підходом. Ця назва підкреслює, що, з позицій такого підходу, соціальна дія (соціалізація, вивчення ролі) зосереджена в особі, реалізується в особі. Відповідно гендер формується в психіці (способі мислення, сприйнятті дійсності), у тілі (рухи, хода, емоції, пріоритети, реакції), через навички й уміння [1, с. 47].

Зробимо екскурс в історію гендеру. У різні історичні періоди відмінні жіночі й чоловічі гендерні репрезентації здобували особливу статусність і вважались успішними. Наприклад, у 20-х рр. ХХ ст. заохочували й пропагували жіночу маскуліність. На листівках і плакатах можна було побачити показово маскуліні жіночі образи: мускулісти, непропорційно великі руки, тверда постава, упевнений погляд і вираз обличчя, чоловічі заняття, ані найменшого натяку на грайливість та кокетство – усе це створює характерний образ маскуліної жінки. Зауважимо, що жіноча маскуліність тоді пропагувалася державою й підтримувалася на повсякденному рівні [1, с. 54].

Учені виділяють різні підходи до гендерних теорій. Вони розглядають, досліджують й інтерпретують гендер як такий, що твориться на одному з трьох рівнів: персональному (у людині, у її тілі), міжособистісному (у взаємодії) або інституційному (через соціальні інститути). Ці три рівні аналізу пропонують різні інтерпретації гендеру: особистісну, інтеракційну й інституційну [1, с. 55]. Кожна із цих рамок об'єднує різні підходи й формує власний аналітичний інструментарій для дослідження певних аспектів соціального буття.

Розкриємо соціологічний погляд на питання гендерованих закінчень. За результатами обговорення робочою групою формату відображення різних гендерів на письмі, 30 липня 2018 р. Аналітичний центр CEDOS затвердив політику використання гендерованих закінчень. CEDOS працює над рівністю й справедливістю в суспільстві, гендерна політика не є його стратегічним напрямом діяльності. Проте зазначено: «...якщо йдеться і про жінок, і про чоловіків, і про гендерно-небінарних людей, такою формою ми підкреслюємо, що відділяємо гендерне закінчення від людини, при цьому ми використовуємо саме жіноче, а не чоловіче гендерне закінчення після відділення, щоб зрівноважити дисбаланс нинішнього інформаційного простору, де повсюдно відображені на письмі самі чоловіки» [10]. Аналітичний центр CEDOS у практиці використовує чергування жіночої й чоловічої форм (а також інших форм, якщо людина позначає себе на письмі інакше): соціологиня чи соціолог.

Розкриємо гендерність у мові. Зазначимо, що студентами чи викладачами називають і чоловіків, і жінок, а студентками чи викладачками – тільки жінок. Чому можна сказати вчитель – вчителька, лікар – лікарка, але не прийнято утворювати назви жінок від слів психолог, медик, політик? Таке явище, коли загальний чоловічий рід застосовується на позначення і жінок, і чоловіків, коли вихідною точкою в мові мислиться чоловік, називають мовним андроцентризмом (від грецького andros – чоловік) [1, с. 118].

Останнім часом, особливо в засобах масової інформації, часто можна натрапити на фемінітиви в текстах інтерв'ю, новин, статей. Є кілька причин, і вони стосуються процесу розвитку мови. По-перше, посилилися соціальні рухи в країні, у тому числі й за права жінок. Виник запит, є потреба часу – називати жінок у суспільних процесах. А оскільки мова – це інструмент нашого спілкування, який передає й уявлення про світ, то, звісно ж, українська мова надає засоби, щоб це робити.

На думку дослідниці О. Масалітіної, фемінітиви властиві українській мові як системі, їх уживання закономірне. Українська мова надзвичайно ресурсна й гнучка, тому дозволяє легко долати складні ситуації. Наприклад, замість суфікса **-ичк-**, який часто не є нейтральним, додає фамільярного чи й зневажливого значення (фізичка, біологічка), чи якщо важко одразу знайти вдалу милозвучну форму, можна висловитися в інший спосіб: «фахівчиня/спеціалістка з біоенергетики», замість «біоенергетичка» [6].

Зауважимо, що в новому правописі затвердили використання фемінітивів та найпродуктивніші моделі їх творення. У новій редакції «Українського правопису» (2019 р.) є інформація про утворення іменників жіночого роду – фемінітивів.

Так, О. Масалітіна виділяє дві групи фемінітивів: перша – іменники, які називають жінок за різними характеристиками: родинними зв'язками, національністю, професією, посадою тощо (журналістка, учителька, продавчиня, верстальниця, прибиральниця, письменниця, депутатка); друга група фемінітивів – це іменники, які називають самиць тварин. В інших випадках фемінітиви не можуть утворюватися [8].

Саме вживання фемінітивів в українській мові викликає чимало дискусій. Координаторка Жіночого клубу в Луцьку, філологиня Т. Карпів розповідає, що вживання фемінітивів в українській мові потрібне. Вона стверджує, що це природний процес для нашої мови: «Як людина з філологічною освітою, то вважаю, що природно, коли мова змінюється і вдосконалюється. Крім того, наша мова має динамічний характер і для неї природним станом є постійний розвиток. І коли мова не опирається цьому, а навпаки, є можливість утворювати фемінітиви, то чому б їх не утворювати? Вживання фемінітивів є важливим не лише з погляду розвитку самої мови, але і з погляду ідентифікації особи» [5].

Доцентка кафедри англійської філології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки О. Галапчук-Тарнавська пояснює, що вживання фемінітивів покликане подолати мовний сексизм. На думку вченої, «фемінітиви часто використовують для посилення гендерної чутливості, і основне із завдань фемінітивів – відновити гендерну рівність, оскільки сучасні мовні норми сприяють дискримінації жінок і завищенню значущості чоловіків. Фемінітивам протиставляються маскулінітиви, тобто це назви чоловічого роду, які вживаються в більшості випадків до всіх людей, незалежно від статі» [5].

Підкреслимо, що структура української мови має багато суфіксів, які утворюють фемінітиви. Проте дієвими є 4–6 суфіксів. Одна з можливостей **-к-** – утворення назв осіб жіночої статі. Отже, згідно з пунктом 4 параграфу 32 Правопису, іменники на означення осіб жіночої статі утворюються від іменників чоловічого роду за допомогою суфіксів **-к-**, **-иц-(я)**, **-ин-(я)**, **-ес-** та інших. При цьому найпоширенішим є суфікс **-к-** (дизайнерка, директорка, редакторка). Суфікс **-иц-(я)** приєднують до основ на **-ник** (порадниця) та **-ень** (учениця), а суфікс **-ин-(я)** – до основ на **-ень** та до приголосного (кравчиня, філологиня). Суфікс **-ес-** у правописі охарактеризовано як рідковживаний.

Увагу дослідників усе частіше привертає активізована словотвірна підсистема фемінітивів, утворюваних суфіксальним способом від чоловічих особових назв за професійним, посадовим, соціальним становищем.

Нині жінки опановують різні професії й обіймають високі посади, проте їх продовжують називати формами чоловічого роду: юрист, хірург, менеджер, професор, диригент, архітектор, депутат, бухгалтер, модельєр, дизайнер. Натомість тільки форму жіночого роду мають назви деяких низькокваліфікованих занять: домогосподарка, покоївка, манікюрниця, педикюрша.

Зауважимо, що від більшості назв професій можна утворити форми обох родів: *викладач – викладачка, журналіст – журналістка, лікар – лікарка, директор – директорка* (така можливість потенційно закладена в українській мові: *президентка, прем'єрка, депутатка*), проте для офіційного позначення професії й посади людини прийнято вживати винятково іменники чоловічого роду. З мовної точки зору, жіночі назви (фемінітиви) творяться за допомогою тих самих суфіксів, що й назви неживих предметів, порівняймо слова: пілот – *пілотка*, електрик – *електричка*, академік – *академка*, матрос – *матроска*; господар – *господарка* (*господарство*). Отже, сама логіка мови надає жіночим назвам за професіями та родом занять меншшартісного звучання. Жіночі назви є, але вони певною мірою нівельовані структурою мови, як менш важливі [1, с. 121].

В українській мові є кільканадцять суфіксів зі значенням фемінності. Як уже зазначалося, найпродуктивнішим є суфікс **-к-**, за допомогою якого нині утворюється найбільше фемінітивних інновацій: *директорка, редакторка, архітекторка, лікарка, викладачка, доцентка, професорка*. Він приєднується до чоловічої основи на приголосний, наприклад: президент – *президентка, філософ – філософка, лідер – лідерка*.

Суфікс **-иц-** – другий за словотворчою продуктивністю. Він приєднується до чоловічих основ на **-ець** (*підприємець – підприємиця, виконавець – виконавиця, службовець – службовиця*) й **-ик** (*радник – радниця, засновник – засновниця, чиновник – чиновниця, боржник – боржниця, математик – математичка*).

Суфікс **-ин-** творить фемінітиви від чоловічих основ на **-ець** (*борець – борчиня, мовець – мовчиня, продавець – продавчиня, творець – творчиня, митець – мисткиня*), **-лог** (*філолог – філологиня, соціолог – соціологиня, ендокринолог – ендокринологиня*) або на приголосний, які тривалий час вважалися непіддатними фемінізації (*ворог – ворогиня, член – членкиня, хірург – хірургиня*) [7, с. 11].

Нині масово вживаються людьми фемінітиви (назви жінок за професією, діяльністю, статусом тощо) у медіа й повсякденному житті: *генетикиня, директорка, доцентка, економістка, науковиця, мисткиня, кравчиня, критикиня, математикиня, міністерка, творчиня, філологиня, фізикиня, членкиня, юристка, професорка, поетка, службовиця, адвокатеса, хірургиня, редакторка, ректорка, прем'єрка, колегиня, банкірка, мовознавиця, водійка, ідеологиня* тощо.

Такі слова, як суддя, голова, колега й подібні, уже мають значення спільного роду, тому не потребують додаткової фемінізації.

Наголосимо, що засоби масової інформації відіграють важливу роль у формуванні суспільної думки, оцінці подій, впливають на створення образів сучасних чоловіків і жінок та формують наші стереотипи стосовно статей. У зв'язку зі створенням нової редакції «Українського правописув» в мові сучасних українських ЗМІ дедалі частіше прослідковується використання фемінітивів.

Наприклад, під час перегляду ТСН ми простежили родову диференціацію іменників на позначення осіб у мовній практиці телеведучих. Так, *Софія Федина та волонтерка Маруся Звіробій записали відео* (UA: Перший, 26 груд. 2019 р. 15:42); *лікарка міської клінічної лікарні Ольга Косс розказала...* (UA: Перший, 27 груд. 2019 р. 15:48); *цього місяця заяву написали заступниця міністра...* (UA: Перший, 28 груд. 2019 р.); *кошти надсилали і зірки, зокрема, співачка Пінк та акторка Ніколь Кідман* (UA: Перший, 5 січ. 2020 р. 22:10); *про новий сезон політичного то-кшоу «Зворотний відлік» розповіла продюсерка Суспільного Катерина Феленюк* (UA: Перший, 13 січ. 2020 р. 18:30); *гостями прямого ефіру «Зворотного відліку» запрошені: дипломатка, ексзаступниця глави МЗС Олена Зеркаль...; для обговорення роботи українського парламенту запрошені народні депутатки від фракції «Слуга народу»* (UA: Перший, 16 січ. 2020 р.).

В Інтернет-мережі знаходимо в статтях багато прикладів використання гендерованих закінчень. Так, в одному з текстів розкрито питання підвищення кваліфікації учителів і розроблення відповідного механізму, яке було розглянуто під час онлайн-конференції, організованої проектом «Всеосвіта». У цьому тексті прослідковується родова диференціація іменників на позначення осіб. Наприклад: *Катерина Валеріївна Таранік-Ткачук, головна спеціалістка директорату дошкільної та шкільної освіти МОН, кандидатка філологічних наук, доцентка і одна із спікерок онлайн-конференції, закликала освітян долучитися до експерименту і спільними зусиллями створити дієвий механізм* [9].

У газетних матеріалах також широко використовується гендерована мова: *засновниця ініціативи «Дівчата-STEM» та керівниця Центру розвитку корпоративної та соціальної відповідальності Марина Саприкіна переконує...* (День, 2019, № 238–239); *українська шаблістка Ольга Харлан стала переможницею етапу Гран-прі з фехтування в Монреалі (Канада)* (День, 2020, № 2–3); *виставка є камерною реакцією на це становище, – пояснює кураторка проекту Катерина Носко* (День, 2020, № 10); *за словами очільниці відомства, з 2020 року Міністерство соціальної політики починає активну роботу щодо наближення соціальних сервісів до людей* (День, 2020, № 11); *завідувачка сільського клубу Наталія Катеринич розповіла, що у закладі діють гуртки...* (Голос України, 22 січ. 2020 р.).

IV. Висновки

Таким чином, у мовному газетному й телевізійному середовищі стосовно родової категоризації іменників помітним явищем постає співвідносність назв осіб чоловічого й жіночого роду. Ця співвідносність є найпоширенішим і найпродуктивнішим способом творення іменників на позначення осіб: викладачка, економістка, організаторка, депутатка тощо.

Оскільки у своїй статті ми розкрили не всі аспекти досліджуваної проблеми, потребують вивчення питання стилістичних функцій гендерних неологізмів, що й розглядатиметься в наступних публікаціях.

Список використаної літератури

1. Гендер для медій: підручник / за ред. М. Маєрчик, О. Плахотнік, Г. Ярманової. 3-тє. вид. вип. та доп. Київ: Критика, 2017. 200 с.
2. Gender Across Languages: volume 4 / ed. Marlis Hellinger, Heiko Motschenbacher. IMPACT: Studies in Language, Culture and Society. 2015, № 36. P. 203–225.
3. Стельмах Б., Ярош О. Гендерна чутливість українських медіа. *Порадник*. Луцьк: Волинська мистецька агенція «Терен», 2018. 67 с.
4. Abbou J. Gender variations in genderless languages. 2nd variamu workshop. 2014. 23 p.
5. Крапка А. Фемінітиви в українській мові: необхідність чи надмірність? URL: <http://krona.org.ua/feminitivu-v-ukr-movi.html> (дата звернення: 12.09.2019).
6. Малахова О. Фемінітиви – не данина моді, вони властиві українській мові як системі. URL: <https://woto.ua/olena-malahova> (дата звернення: 12.09.2019).
7. Марценюк Т. Інтеграція гендерної складової в аналітичні матеріали. Київ: Відродження, 2019. 28 с.
8. Масалітіна О. Що таке фемінітиви? URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/talk/285571-marketologinya-vodiya-ta-pidpriemnitsya-scho-take-feminitivi-ta-chomu-mi-yih-vzhivaemo> (дата звернення: 14.09.2019).
9. Підвищення кваліфікації учителів: як створити дієвий механізм. URL: <https://vseosvita.ua/news/pidvisenna-kvalifikacii-uciteliv-ak-stvoriti-dievij-mehanizm-4230.html> (дата звернення: 16.09.2019).
10. Політика використання гендерованих закінчень. URL: <https://cedos.org.ua/uk/pages/polityka-vykorystannia-henderovanykh-zakinchen> (дата звернення: 21.09.2019).

11. Собецька Н. В. Гендер і мова в сучасному лінгвістичному світі. URL: [irbis-nbuv.gov.ua-irbis_nbuv/cgiirbis_64](http://irbis-nbuv.gov.ua/irbis_nbuv/cgiirbis_64) (дата звернення: 12.09.2019).

References

1. Maierchuk, M. (ed.) (2017). Gender dlia medii: pidruchnyk [Gender for the media]. Kyiv: Krytyka [in Ukrainian].
2. Hellinger, M., & Motschenbacher, H. (2015). Gender Across Languages. IMPACT: Studies in Language, Culture and Society. (Vol. 4) [in English].
3. Stelmakh, B., & Yarosh, O. (2018). Henderna chutlyvist ukrainskykh media [Gender sensitivity of Ukrainian media]. *Poradnyk*. Lutsk: Volynska mystetska ahentsiia «Teren» [in Ukrainian].
4. Abbou, J. (2014). Gender variations in genderless languages. *2nd Variamu Workshop*. [in English].
5. Krapka, A. Feminityvy v ukrainskii movi: neobkhidnist ch nadmirmist? [Feminists in Ukrainian: Necessity or redundancy]. Retrieved from <http://krona.org.ua/feminituvu-v-ukr-movi.html>. Nazva z tytul ekranu [in Ukrainian].
6. Malakhova, O. (2019). Feminityvy – ne danyina modi, vony vlastyvi ukrainskii movi yak systemi [Feminists in Ukrainian: Necessity or redundancy]. Retrieved from <https://womo.ua/olena-malahova> [in Ukrainian].
7. Martseniuk, T. (2019). Inthratsiia hendernoi skladovoi v analitychni materialy [Integration of gender component into analytical materials]. Kyiv: Vidrodzhennia [in Ukrainian].
8. Masalitina, O. Shcho take feminityvy? [What are Feminists?]. Retrieved from <https://www.thevillage.com.ua/village/city/talk/285571-marketologinya-vodiyka-ta-pidpriemnitsya-scho-take-feminitivi-ta-chomu-mi-yih-vzhivaemo> [in Ukrainian].
9. Pidvysnennia kvalifikatsii uchyteliv: yak stvoryty diievyi mekhanizm [Teacher training: how to create an effective mechanism]. Retrieved from <https://vseosvita.ua/news/pidvisenna-kvalifikacii-uciteliv-ak-stvoriti-dievij-mekhanizm-4230.html> [in Ukrainian].
10. Polityka vykorystannia genderovanykh zakinchen [The policy of using gender endings]. Retrieved from <https://cedos.org.ua/uk/pages/polityka-vykorystannia-henderovanykh-zakinchen> [in Ukrainian].
11. Sobetska, N. V. Hender i mova v suchasnomu linhvistychnomu sviti [Gender and language in the modern linguistic world]. Retrieved from irbis-nbuv.gov.ua/irbis_nbuv/cgiirbis_64 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 26.12.2019.

Received 26.12.2019.

Ostapchuk S. Gendered Language In the Newspaper and Television Space of Ukraine: a Modern Vision

The article describes the generic differentiation of nouns for the designation of persons in the modern newspaper and TV space; covered the use of gender endings in the language practice of mass communication; it is determined that forms of both genera – male and female can be formed from most profession's names. Attention is paid to the expediency of using feminine and masculine or common gender instead of the common masculine. Gender issues in language communication are discussed. Gender and professional communication has outlined.

In the scientific context, different approaches to gender theories have been covered: sociological and linguistic. The general tendency of the gender approach to socio-cultural reality is revealed: naming the feminitives and masculinitives, social roles and processes, giving them the features, expressiveness.

There are two sets of feminitives: the first is nouns that call women by different characteristics: family ties, nationality, profession, position, and so on. The second group of feminitives are nouns that call females animals.

It has been established that the media play an important role in shaping public opinion, evaluating events, influencing the image of modern men and women and shaping our gender stereotypes.

It is revealed that the most productive is the suffix – k-, by which the most feminine innovations are now formed, the suffix – its- – the second word-forming productivity, the suffix – in- generates feminitives from the masculine bases to – ets, – log or consonant.

It is revealed that the new spelling has approved the use and the most productive models of feminitives' creation.

It has been found that the most promising and well-grounded area of analysis of the peculiarities of male and female language is the study of the tactics of speech behavior of men and women in different communicative situations, taking into account the cultural tradition of a particular society.

Key words: gender, gender language, language culture, gender endings, feminitives, gender differentiation of nouns, gender approach, media, TV space.

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У ФОКУСІ СОЦІОЛОГІЇ

UDC 007:304:659:316

DOI [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.2\(42\).22](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.2(42).22)

A. Ihrushko

Candidate of Sociology Sciences

Principal Lecturer

e-mail: igrushko.anastasia@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5903-7022

Classical Private University

Zhukovskoho St., 70 B, Zaporizhzhia, 69002, Ukraine

S. Belkova

Candidate of Sciences in Social Communications, Docent

e-mail: alo_zidmu@ukr.net, ORCID: 0000-0003-2570-0444

Classical Private University

Zhukovskoho St., 70 B, Zaporizhzhia, 69002, Ukraine

POLITICAL SOCIALIZATION OF YOUTH AS A PRODUCT OF INTERACTION OF VALUE-MENTAL ATTITUDES OF AN INDIVIDUAL AND PURPOSEFUL INFORMATION INFLUENCE

The article analyzes the political socialization of youth as a component of general socialization, carried out under the influence of a combination of institutional and personal factors, in particular the influence of the media.

The purpose of the article is to determine the mechanisms of the influence of information and communication technologies on the political socialization of youth based on the analysis of personal and institutional factors of political socialization.

The article used a set of general scientific methods, namely: a logical analysis of scientific achievements and theoretical conclusions on the research problem; comparative method; a systematic approach that allowed revealing the integrity and interconnection of factors and mechanisms of informational impact on the process of political socialization.

It is determined that the value-normative formation of an individual occurs through the implementation of certain social mechanisms, with the help of which the socio-political roles and political activity of individuals as participants in the political process are fixed.

It is revealed that an individual interpretation of the features of cultural interaction in the process of political socialization is of particular importance in the conditions of the modern information society. Through the process of political socialization, the regulation of political practices is ensured. As a result of socialization, value-mental attitudes are consolidated, through the prism of which there is an assessment of the everyday life of the individual, and, accordingly, the perception of the political world.

In fact, building a system of social mechanisms for the influence of the media on the process of political socialization of youth is crucial because it creates the prerequisites for the further development of civil society. At the same time, the fixed social models of political practices, based on the symbolic reproduction of images and values, will ensure at the social level the correspondence of individual needs of an individual with group needs. Accordingly, there will be a reproduction (adjustment) of behavioral practices in accordance with the goals, interests and ideals of the social group that shares certain political values.

Key words: *mass media, informational impact, political socialization, political culture, value orientations.*

I. Introduction

Socio-political transformations in modern Ukraine lead to raising public awareness and participation in political life. First, it concerns the younger generation as a major social group, which is at the heart of social development and conservation of the nation's gene pool. That is why the process of political