

УДК 811.161.2,06,373

**СУКАЛЕНКО Тетяна** – доктор філологічних наук, професор кафедри мовної підготовки та соціальних комунікацій, Державний податковий університет, вул. Університетська, 31, Ірпінь, Київська область, 08205, Україна (sukalenko78@gmail.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-5107-9914>

**DOI:** <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2021.48.23>

**Бібліографічний опис статті:** Сукаленко, Т. (2021). Гендерні стереотипи в мові сучасних ЗМІ. *Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія»*, 48, 174–183. doi: <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2021.48.23>.

## ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ В МОВІ СУЧАСНИХ ЗМІ

**Анотація.** У статті уточнено зміст понять «гендер», «гендерний стереотип», наголошено, що гендерні стереотипи впливають на сприймання, запам'ятовування й інтерпретацію людиною інформації відповідно до сформованих у її свідомості уявлень про маскулінне та фемінне.

Здійснено огляд праць українських та зарубіжних науковців з проблем вивчення гендерних стереотипів, визначено актуальні аспекти досліджень.

У роботі гендерний стереотип витлумачено як узагальнене в культурі уявлення про приписувані жінкам або чоловікам риси зовнішності, характеру, статусно-рольові ознаки тощо.

Розглянуто різні підходи дослідників до класифікації гендерних стереотипів у мові ЗМІ. Визначено мовні засоби вираження гендерних стереотипів у мові українських ЗМІ. Зосереджено увагу на описі зовнішніх та професійних характеристик осіб жіночої та чоловічої статі, гендерних ролей чоловіків і жінок.

Наголошено, що поданий у медійному дискурсі опис зовнішності осіб чоловічої та жіночої статі відображає не лише світогляд автора, а й соціокультурні стереотипні уявлення про їхні зовнішні дані та моральні якості, особливості поведінки тощо. У текстах ЗМІ зовнішність жінок описують докладніше, ніж чоловіків. Краса жінки полягає в її природності, доглянутості, впевненості у собі. Із зовнішністю пов'язана риса сексуальної привабливості жінки. У сучасних медіа акцентовано увагу на тому, що в суспільстві зберігається стереотипне уявлення про жінку-матір та дружину, яка насамперед виховує дітей, займається побутом. Сучасні соціальні та політичні події зумовили з'яву нових гендерних ролей, зокрема жінки-воїна, жінки-військовослужбовця.

У мові ЗМІ також відображено професійні характеристики жінки. Відповідно до стереотипних уявлень керівні посади посідають чоловіки. Жінка-керівник вважається винятком.

Усі динамічні процеси всередині гендерного концептуального простору відбуваються внаслідок трансформацій та нового перерозподілу гендерних ролей між чоловіками й жінками.

Медійний дискурс дає широкі можливості для подальшого вивчення гендерних стереотипів на тлі світових процесів гендерного розвитку, це й може слугувати предметом нових наукових студій.

**Ключові слова:** гендер, гендерний стереотип, чоловік, жінка, мова ЗМІ, медійний дискурс.

**SUKALENKO Tetiana** – Doctor of Philological Sciences, Professor at the Department of Language Training and Social Communications, State Tax University, Universytetska str., 31, Irpin, Kyiv region, 08205, Ukraine (sukalenko78@gmail.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-5107-9914>

**DOI:** <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2021.48.23>

**To cite this article:** Sukalenko, T. (2021). Henderni stereotypy v movi suchasnykh ZMI [Gender stereotypes in the language of modern media]. *Problemy humanitarnykh nauk: zbirnyk naukovykh prats Drohobyt'skoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka. Seriya "Filolohiia" – Problems of Humanities. "Philology" Series: a collection of scientific articles of the Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University*, 48, 174–183. doi: <https://doi.org/10.24919/2522-4565.2021.48.23> [in Ukrainian].

## GENDER STEREOTYPES IN THE LANGUAGE OF MODERN MEDIA

**Summary.** *The article clarifies the meaning of concepts "gender", "gender stereotype"; it is emphasized that gender stereotypes affect the perception, memorization and interpretation of information by a person due to the ideas formed in his/her mind about the masculine and feminine.*

*A review of the works of Ukrainian and foreign scholars on the study of gender stereotypes has been carried out, the current aspects of the research have been identified.*

*The paper interprets the gender stereotype as a generalized notion in the culture of appearance, character, status and role etc. features attributed to women or men.*

*Different approaches of researchers to the classification of gender stereotypes in the language of the media are considered. Linguistic means of expressing gender stereotypes in the language of Ukrainian media have been identified. The focus is on the description of external and professional characteristics of females and males, gender roles of men and women.*

*It is emphasized that the description of the appearance of males and females presented in the media discourse reflects not only the author's worldview, but also socio-cultural stereotypes about their external traits and moral qualities, behavior, etc. In media texts, the appearance of women is described in more detailed way than that of men. A woman's beauty is in her naturalness, well-groomedness, self-confidence. The feature of a woman's sexual attractiveness is connected with her appearance. It is emphasized in the modern media that society still has a stereotypical view of the woman-mother and wife, who primarily raises children, is engaged in everyday life. Current social and political events have led to the emergence of new gender roles, including woman-warrior and woman soldier.*

*The language of media also reflects the professional characteristics of a woman. According to stereotypes, men hold leading positions. A woman-leader is considered to be an exception.*

*All the dynamic processes within the gender conceptual space are the result of transformations and a new redistribution of gender stereotypes between men and women.*

*Media discourse provides ample opportunities for further study of gender stereotypes against the background of global processes of gender development, and this may be the subject of new research.*

**Key words:** *gender, gender stereotype, man, woman, media language, media discourse.*

**Постановка проблеми.** Сучасний медійний дискурс репрезентує суспільні ідеали, цінності, пріоритети, є одним із найактивніших інститутів формування гендерної ідентичності. Гендер як соціокультурна категорія відображає сукупність соціальних і культурних норм, очікувань та уявлень, які асоціюються з особами чоловічої або жіночої статі в певному суспільстві. Медійний дискурс відображає систему суспільних поглядів на чоловіка та жінку, їхні соціальні ролі та стосунки.

Гендерні стереотипи впливають на сприймання, запам'ятовування й інтерпретацію людиною інформації відповідно до сформованих у її свідомості уявлень про маскулінне та фемінне.

Стереотипи беруть початок із суджень, які ґрунтуються на релігійних запові-

дях, етнічних та національних традиціях тощо. Формування гендерних стереотипів в українських ЗМІ пов'язане «з архаїзацією суспільних відносин в Україні» (Гендерні, 2004, с. 49).

Активне дослідження гендерної проблематики в ЗМІ відображають процеси демократизації, зміни поглядів на чоловіка та жінку в соціумі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасній лінгвогендерології наявні загальнонаукові підходи до тлумачення гендерних стереотипів у суспільстві, мові ЗМІ (В. Агеєва, А. Волобуєва, О. В. Дудолодова, О. Кісь, В. Коваль, Т. Кравець, А. Мартинюк, М. Мамич, В. Слінчук, Л. Ставицька, О. Фоменко та ін.). Про вплив гендерних стереотипів на свідомість людини розмірковують

О. Вороніна, Т. Данильченко, А. Кириліна, О. Кісь, Н. Малишева, Т. Рябова та ін.

Проблема гендерних стереотипів є об'єктом наукових студій багатьох дослідників. Зокрема В. Слінчук простежила соціальну типізацію гендерних стереотипів у мові ЗМІ (Слінчук, 2004). Т. Кравець дослідила мовну експлікацію сучасних гендерних стереотипів на матеріалі українських засобів масової інформації, проаналізувала мовні характеристики поведінки чоловіка й жінки у внутрішньому та зовнішньому соціальному просторі (Кравець, 2021). Ю. Маслова з'ясувала роль гендерних стереотипів у розбудові громадянського суспільства (на прикладі сучасних українськомовних ЗМІ) (Маслова, 2014). І. Костюк описала гендерні стереотипи в заголовках друкованих ЗМІ (Костюк, 2012). Т. Кокнова, Л. Овчарова схарактеризували особливості відображення гендерного стереотипу та його вплив на мовну діяльність особистості (Кокнова, Овчарова, 2019). Н. Сидоренко, М. Скорик установили гендерні ресурси українських масмедіа (Сидоренко, Скорик, 2004). Т. Сукаленко розглянула гендерні стереотипи жіночності (Сукаленко, 2009), дослідила метафоричну репрезентацію гендерних стереотипів (Сукаленко, 2010), Л. Ставицька описала гендерні стереотипи в сучасній українській мовній свідомості (за даними асоціативного експерименту зі словами мати, батько) (Ставицька, 2005) та гендерні стереотипи у структурі мовної свідомості українців (за даними психолінгвістичних асоціативних експериментів 1979-2004 рр.) (Ставицька, 2015).

Актуальною для сучасної лінгвістики постає проблема мовного вираження гендерних стереотипів, закріплених у мові українських ЗМІ.

**Мета статті** – розкрити зміст поняття «гендерний стереотип», визначити мовні засоби вираження гендерних стереотипів у мові українських ЗМІ.

**Матеріалом дослідження** слугували тексти української періодики та інтернет-статей.

**Завдання** – проаналізувати гендерні стереотипи мужності та жіночності; описати гендерні стереотипи, пов'язані з закріпленням певних соціальних ролей у сімейній, професійній та інших сферах; схарактеризувати гендерні

стереотипи, які відображають відмінності між жінками та чоловіками в професійній сфері.

**Виклад матеріалу.** У сучасному медійному дискурсі поняття «гендерний стереотип» тлумачать по-різному. Н. Сидоренко, М. Скорик гендерні стереотипи визначають як «спрощені, однозначні, схематичні уявлення про «чоловіків» та «жінок», сформовані у певній культурі, – про місце, належну суспільну поведінку тощо, очікувані від тієї чи тієї гендерної групи, за якою оцінюються її представники» (Гендерні, 2004, с. 48).

Т. Кокнова, Л. Овчарова гендерні стереотипи обґрунтовують як «стійкі уявлення про відмінність між чоловіком і жінкою, про їхнє місце та ролі в сім'ї й суспільстві, які характерні для певного суспільства в конкретний історичний період. Гендерні стереотипи формують сподівання та відношення щодо поведінки чоловіків та жінок у суспільстві» (Кокнова, Овчарова, 2019, с. 25).

У роботі гендерний стереотип розглядаємо як узагальнене в культурі уявлення про приписувані жінкам або чоловікам риси зовнішності, характеру, статусно-рольові ознаки тощо. Слушною є думка Л. Ставицької про з'яву гендерних стереотипів, яка «зумовлена тим, що модель гендерних стосунків вибудовувалась у спосіб, згідно з яким статеві відмінності розташовувались над індивідуальними, якісними відмінностями особистості чоловіка й жінки» (Ставицька, 2015, с. 34). Традиційно чоловікам і жінкам приписують опозиції: ініціативність – рецептивність, активність – пасивність, логічність – інтуїтивність, влада – підпорядкування тощо.

Існують різні підходи дослідників до класифікації гендерних стереотипів у мові ЗМІ. В. Слінчук з огляду на сутність і час функціонування в мові гендерні стереотипи поділяє на «традиційні стереотипи, що мають давню історію вживання й транслюють вікові уявлення про характер і призначення чоловіка та жінки в соціумі; актуалізовані стереотипні образи, синхронізовані в сучасний дискурс з урахуванням їхніх оновлених семантичних характеристик; нові мовні утворення стереотипного характеру, які з'явилися відносно недавно під впливом суспільного розвитку відповідно до сучасних реалій життя та нової ціннісної предметності» (Слінчук, 2006, с. 10).

Г. Ковальова аналізує образи жінок у традиційних і нових медіа: 1) «гарна жінка, жінка-модель» (образ сформовано на основі вербальної та візуальної інформації; 2) «ділова жінка, жінка-професіонал» (образ представлений через біографічні матеріали та інтерв'ю з відомими жінками); 3) «щаслива жінка» (образ щасливої жінки в особистому житті, створений за допомогою текстів про щасливе кохання, гармонійні взаємини в шлюбі); 4) «секс-символ» (образ жінки, наділеної красою, елегантністю, сексапільністю); 5) «дружина-мати» (образ жінки, пов'язаний з родиною, вихованням дітей, домашньою роботою) (Ковальова, 2011, с. 154–155).

Л. Кім класифікує гендерні стереотипи за групами: гендерні стереотипи мужності та жіночності; гендерні стереотипи, пов'язані з закріпленням певних соціальних ролей у сімейній, професійній та інших сферах; гендерні стереотипи, які відображають відмінності між жінками та чоловіками щодо їхньої професійної діяльності (Кім, 2002, с. 36–38). Перша група гендерних стереотипів містить поняття жіночності та мужності, відображає соціальні уявлення про те, якими традиційно повинні бути чоловіки та жінки, які риси характеру їм притаманні. До другої групи належать гендерні стереотипи, пов'язані з їхніми соціальними ролями. Третя група охоплює гендерні стереотипи, пов'язані з відмінностями між чоловіком та жінкою у професійній сфері, поділяючи професії на власне «чоловічі» та «жіночі».

Т. Кравець пропонує описувати гендерні стереотипи в такій послідовності: з'ясувати роль чоловіка та жінки у внутрішньому соціальному просторі – родині; окреслити стереотипи їхньої сексуальної поведінки, яка пов'язана з ознакою природної статі; визначити зовнішні ознаки й риси характеру; проаналізувати соціальні ролі чоловіка та жінки (Кравець, 2021 с. 5).

Більшість сучасних українських ЗМІ дотримується стереотипного висвітлення суспільних ролей чоловіків і жінок, протиставлених одне одному за інтересами й рисами характеру. Журналісти уживають газетні штампи «сильна стать», «сильна половина людства» щодо чоловіків, а стосовно жінок – «слабка стать», «слабка половина людства» (Костюк, 2012, с. 116).

Загальна закономірність стереотипізації полягає, на думку Л. Ставицької, в тому, що чоловіків сприймають як незалежних, активних, сміливих; про жінок же говорять як про боязливих, залежних, чуттєвих. «Чоловіки стереотипізуються такими характеристиками: цінність чоловіка визначається його заробітком та успішністю на роботі; чоловік повинен бути сильним; чоловіки є красномовними ораторами; чоловік повинен бути освіченим і компетентним фахівцем; приховувати свої почуття й розв'язувати проблеми без сторонньої допомоги» (Ставицька, 2015, с. 34). Дослідниця також визначає основні гендерні стереотипи жінок, призначення яких – це родина, діти, а не кар'єра. Жінок вважають менш цінними працівниками й менш успішними керівниками. «Стереотипізовані концепти фемінності та маскуліності є у кожній культурі, їм відводиться суттєвий простір в обрядах, фольклорі, міфологічній свідомості, “наївній картині світу”, масовій свідомості» (Ставицька, 2015, с. 35).

Предметом нашого наукового зацікавлення є мовні засоби вираження гендерних стереотипів у мові українських ЗМІ. Насамперед зосередимо увагу на гендерних стереотипах мужності та жіночності, зокрема проаналізуємо зовнішні характеристики осіб жіночої й чоловічої статі.

Представлення зовнішності осіб чоловічої та жіночої статі в медійному дискурсі відображає не лише світогляд автора, а й соціокультурні стереотипні уявлення про їхні зовнішні дані та моральні якості, особливості поведінки тощо.

За нашими спостереженнями, у мові ЗМІ зовнішність жінок описують докладніше, ніж чоловіків. Медійні тексти відображають зміни стереотипних уявлень про красу жінки.

Передусім акцентують увагу на природній красі жінки, що додає їй впевненості й унікальності: *Красива жінка не завжди має досконалу зовнішність, але вона подобається собі, насолоджується собою* (Жінка, 2019); *Красива жінка – впевнена в собі жінка. Це поняття немає нічого спільного з нахабством, «пробивним характером» чи холодністю. Впевнена жінка сприймає своє тіло, себе та не сумнівається у своїй досконалості. Навіть в думках вона не сварить себе за нега-*

тивні вчинки і не критикує зовнішність. **Вона досконала.** І саме такою її сприймають оточуючі (Жінка, 2019); **Якщо жінка усвідомила свою унікальність** – вона починає розвивати на очах. **Якщо ж почне копіювати зовнішність моделей, порівнювати з модними ідеалами та змінювати себе, щоб бути схожою – одразу обезцінюється** (Жінка, 2019).

В іншому прикладі наголошено на тому, що жінка має бути не лише красивою зовні, а й турбуватися про внутрішній світ, зосереджувати свою увагу на красі навколишнього світу, що позитивно впливатиме й на зовнішність: **Жінка також повинна турбуватись про чистоту не тільки фізичного тіла. А й ментального.** Її природа дозволяє всотувати, як губка, всі емоції, в тому числі й негативні. Тому треба дати собі установку помічати тільки красиве навкруги, не слухати сварок і не вступати в них, уникаючи злослів'я. Такі речі негативно відображаються і на її зовнішності (Жінка, 2019).

У медійному дискурсі акцентовано, що доглянута жінка – найкрасивіша: **Що робить жінку красивою? Комуś подобаються жінки стрункі, комуś пухкенькі, хтось любить блондинок, а хтось найкрасивішими вважає блондинок.** Але всі чоловіки, без винятку, сходяться на думці, що **красива жінка повинна бути доглянутою. Точніше, тільки доглянута жінка може бути красивою** (Шевченко).

В іншому контексті найкрасивішою є жінка, яка щаслива в коханні: **Щаслива жінка з іскристими очима просто не може бути не красивою. Кохайте і будьте коханими! Це теж робить жінку красивою** (Шевченко).

Існує такий стереотип, що вродлива жінка має відповідати високим вимогам, але це негативно впливає на її емоційно-психологічний стан: **Красива жінка завжди повинна бути на висоті.** Так вважають оточуючі і виставляють дуже високу планку, на яку необхідно орієнтуватися. **Адже, приміром, якщо дівчина непримітної зовнішності прийде на роботу з пучком або без макіяжу, на це навряд чи хтось зверне особливу увагу** (Сім, 2018); **Але якщо жінка, яку в колективі визнали гарною, з'явиться в неналежному вигляді, це змусить колег пліткувати не одну годину. Тому приваблива жінка завжди повинна тримати марку: сидіти на дісті,**

**не допускати модних промахів, мати ідеальний макіяж і рівну поставу, носити підбори** (Сім, 2018).

Стереотипним є уявлення про те, що красива жінка не може бути професіоналом у якійсь справі; якщо ж вона успішна, це викликає подив та несприйняття в суспільстві: **Красива жінка априорі не повинна займатися нічим, окрім власної зовнішності і пошуку багатого чоловіка.** Так вважає суспільство, відмовляючись бачити в привабливій жінці професіонала. **І якщо раптом дівчина з неабиякою зовнішністю починає просуватися по кар'єрних сходах, це викликає щонайменше подив** (Сім, 2018).

Стверджують також, що жінці з красивою зовнішністю багато хто заздрить: **Крім захоплених коментарів у соцмережах красива жінка отримує ще й море негативу з неприкритим нальотом заздрості** (Сім, 2018).

У ЗМІ спостерігаємо стереотипні уявлення про те, що яскрава зовнішність жінки приваблює чоловіків і водночас відштовхує їх: **Яким би успішним за життя не був чоловік, він у будь-якому випадку буде підсвідомо боятися красивої жінки.** Адже бачачи таку богиню перед собою, він буде розуміти, що у неї напевно вже є безліч кавалерів, і йому доведеться вишикуватися в чергу. **Плюс він вважає, що у такої жінки, крім завищеної самооцінки, є ще мільйон вимог, яким потрібно відповідати** (Сім, 2018); **Красива жінка завжди має популярність і приваблює підвищену увагу** (Сім, 2018).

У медіа перевага надається природній красі жінки, про що свідчить контекст: **Актриса Катерина Гусева вважає себе впевненою жінкою і не боїться показувати своє обличчя без макіяжу... Шанувальники акторки оцінили її зовнішній вигляд і завалили хвалебними коментарями:** «Ну дуже красива жінка, ідеал!», «Вона чудова. Так», «Катя, як вам вдається з роками ставати все кращою і красивішою», «Тут вам начебто 18 років», «Живий ангел», «Яка ви гарна жінка!», «Які добрі очі! Напевно – це найкращі очі, які я коли-небудь бачив» (Ковпак, 2017).

Із ознакою зовнішності тісно пов'язана сексуальна привабливість жінки. Часто в ЗМІ натрапляємо на приклади, де зображені відомі особистості, які постають еталоном сексу-

альної привабливості. Такими у свій час були Софі Лорен, Мерилін Монро, Бріжит Бардо, Кім Бейсінгер та ін.

У медіа Софі Лорен називають секс-символом не лише тому, що вона красива зовні, а й тому, що вона темпераментна, емоційна: *Пристрастна італійка* [Софі Лорен] з передмістя Неаполю стала **міжнародним секс-символом в одну мить. Яскрава, помітна краса, вибуховий темперамент і участь в юному віці в зйомках еротичних фільмів зробили її привабливою для чоловіків, ролі в фільмах про нелегку жіночу долю – для всіх, ну а талант – для кінокритиків** (Секс-символи).

Мерилін Монро визнана найсексуальнішою жінкою століття, якій допомогли стати світовою зіркою кіно- і фотогенічність, чарівність, магія голосу: *Всі прекрасно розуміють, чому ця актриса* [Мерилін Монро] була названа **найсексуальнішою жінкою століття. Але пояснити магію її... голосу і фарбованих локонів словами неможливо. Фігура «пісочний годинник», приголомшлива кіно- і фотогенічність, безмежна чарівність і бажання стати знаменитою зробили дівчинку з вельми неблагополучної сім'ї світовою зіркою № 1** (Секс-символи).

У медіа відомі особистості випромінюють жіночність і сексуальну привабливість: *Після виходу фільму «Дев'ять з половиною тижнів» Кім* [Бейсінгер] стала **секс-символом Голлівуду. Чи не кожен чоловік тоді захоплювався її білявим волоссям, зеленими очима і стрункою, сексапільною фігурою** (Секс-символи); *Французька кіноактриса* [Бріжит Бардо] – визнаний **секс-символ 1960-х років** (Секс-символи).

Як свідчать приклади, відбулися певні зміни, пов'язані із сприйняттям зовнішності жінки, її одягу, естетичних вподобань тощо.

Кожна епоха має свій еталон жіночої краси: *У кожну епоху є свої секс-символи, зараз світ мліє від акторок* Дженіфер Еністон, Емілії Кларк, Дженіфер Лоуренс та інших. **Однак у ХХ столітті місця найпопулярніших та найсексуальніших актрис займали зовсім інші талановиті жінки, які аж ніяк не схожі на сучасних красунь** (Оленич, 2021); *Безсумнівно, у ХХ столітті світ божеволів від* Одрі Гепберн, Вівен Лі, Ріти Гейворт, Грейс Келлі та Джейн Расселл.

**Вони були безсумнівними секс-символами свого часу й залишили вагомий слід у кіноіндустрії** (Оленич, 2021).

Далі розглянемо гендерні стереотипи, пов'язані з закріпленням певних соціальних ролей у сімейній, професійній та інших сферах.

У суспільстві є стереотип поділу на чоловічі й жіночі ролі та обов'язки з обмеженням жіночих можливостей – родина й виховання дітей: *Є історичні свідчення, що так було не завжди, і в певні історичні періоди серед жінок були і війни, і захисниці. Історично задокументований період чітко розподілив обов'язки на чоловічі та жіночі, де чоловіки мали право вибору, а вибір жінок був доволі обмежений родиною та вихованням дітей* (Меренкова, 2021).

У сучасних медіа акцентовано увагу на тому, що зберігається стереотип про жінку, яка є насамперед матір'ю та дружиною: [Ольга Руднєва:] *Ми не існуємо поза межами історичного, релігійного та культурного контексту. Більшу частину історії людства жінки сприймалися, як матері, дружини і обслуговуючий персонал для чоловіків. Право голосу жінки почали виборювати трохи більше, ніж сто років; мені, ніж 200 років жінки мають право отримувати вищу освіту та володіти майном* (Меренкова, 2021).

Інший приклад ілюструє думку про те, що роль жінки визначена як підлегла, роль чоловіка – владна: [Ірина Тишко:] *В умовах патріархальної системи роль чоловіка визначена головною та універсальною, така собі «одиниця виміру». В цих умовах людство живе з часів енеоліту, відтоді роль чоловіка владна, а жінки – підлегла. Описували цю концепцію великі філософи, такі як Арістотель та Платон* (Меренкова, 2021).

Сучасні соціальні та політичні події зумовили з'яву нових гендерних ролей, зокрема жінка-воїна, жінки-військовослужбовця. У медіа зосереджено увагу на образі жінки-військовослужбовця, до якої ставляться з недовірою, хоч жінка на рівні з чоловіками виконує бойові завдання: *У військових структурах ще діє практика, коли жінкам забороняють долучатися до виконання певних завдань та займати окремі посади* (Тороп, 2018); *При цьому лише 70 жінок обіймають посади полковників, а жінки-генерала в Укра-*

*їні не було і немає* (Тороп, 2018); *Особливо гендерного балансу поки бракує сектору безпеки й оборони, де жінки вкрай рідко мають можливість обіймати керівні посади та мати довіру й повагу від колег-чоловіків* (Що жінки); *«В українському війську мають бути рівні права між чоловіками і жінками, адже жінки-військовослужбовці більше відповідальні, ніж чоловіки. Потрібно поважати жінок, і військовослужбовців у тому числі. Я хочу сказати усім присутнім, що якщо буде якась загроза, то військовослужбовець-жінка виконає бойове завдання на такому рівні, як і чоловік», – заявляв на зустрічі з жінками, що служать, міністр Степан Полторак* (Тороп, 2018).

У мові ЗМІ також фіксуємо гендерні стереотипи, які відображають відмінності між жінками та чоловіками в професійній сфері.

Відповідно до стереотипних уявлень керівні посади посідають чоловіки. Жінка-керівник вважається винятком: *За всю історію незалежної України, за підрахунками Руху ЧЕСНО, жінки ставали мерами міст обласних центрів лише двічі. Це мер Херсона Людмила Коберник (1994–1997) і очільниця Житомира Віра Шелудченко (2006–2010)* (Любарець); *Однопартійниця Домбровської Інна Яцук, кандидатка на посаду міського голови Хмельницького, стала єдиною жінкою, яка змогла зайняти друге місце за підсумками виборів у обласних центрах, але за неї проголосувало значно менше виборців – 4,9%. Чинний голова міста Олександр Симчишин був переобраний у першому турі* (Любарець); *За інформацією ініціативи «Жінки – це 50% успіху України», у 2020 році жінка вперше претендувала на посаду мера Івано-Франківська. «Першопроходицею» була кандидатка від Української галицької партії Наталія Сербин, яка зрештою зайняла на виборах третє місце. За неї проголосували 3,56% виборців* (Любарець).

Якщо взяти до уваги Верховну Раду України, то варто зазначити, що вперше за всю історію в ній представлено значний відсоток жінок-депутаток, проте керівні посади посідають лише кілька осіб жіночої статі, зокрема 13%: *Коли ми говоримо про представництво жінок у процесах прийняття рішень, в першу чергу, ми маємо говорити про права людини*

*та справедливості. Якщо до сьогодні ми не маємо паритетного представництва жінок та чоловіків у представницьких органах (а хочу нагадати, що жінок у нас майже 54% від всього населення України), то щось точно «іде не так». На сьогоднішній день, попри те, що чинна Верховна Рада України має найбільше представництво жінок-депутаток за всю історію України, все ж маємо ситуацію, коли з 23-х діючих Комітетів Верховної Ради України лише три Комітети очолюють жінки, ще в трьох Комітетах жінки займають посади перших заступників голови та 3 посади секретарів Комітетів. Тобто рівень представництва жінок на цих посадах приблизно дорівнює 13% від загальної кількості посад* (Що жінки).

Спостережено в ЗМІ приклади, де роль жінки є номінальною, хоч вона й обіймає керівну посаду: *Але і ті жінки, які мають у Верховній Раді керівні посади, не завжди можуть впливати на ухвалення рішень. Їхня роль часто номінальна, і це треба змінювати* (Що жінки).

Сучасний медійний дискурс наголошує на гендерній нерівності між жінкою та чоловіком. Усе ж таки жінки, докладаючи великих зусиль, доводять, що вони здатні посідати керівні посади на рівні з чоловіками: *Світ потонає у стереотипах та дискримінації. Попри те, що нині жінки обіймають керуючі посади, працюють у політиці, служать на війні та досягають неймовірних кар'єрних висот, наш світ ще дуже далекий від гендерної рівності* (Меренкова, 2021); *Жінки, які нині є визнаними та успішними, аби досягти своєї цілі, мали працювати більше за колег-чоловіків, доводити родині, керівництву та собі, що вони мають право на високі посади та високу заробітну платню. Гендерна рівність – це найперше про справедливість, однаковий доступ до ресурсів і влади* (Меренкова, 2021).

Отже, гендерні стереотипи в мові українських ЗМІ відбивають уявлення про зовнішні характеристики, професійні якості, відмінності соціальних ролей чоловіків та жінок. У медійному дискурсі опис зовнішності осіб чоловічої та жіночої статі відображає не лише світогляд автора, а й соціокультурні стереотипні уявлення про їхні зовнішні дані

та моральні якості, особливості поведінки тощо. У текстах ЗМІ зовнішність жінок описують докладніше, ніж чоловіків. Краса жінки полягає в її природності, доглянутості, впевненості у собі. Із зовнішністю пов'язана риса сексуальної привабливості жінки. Сучасні соціальні та політичні події зумовили з'яву нових гендерних ролей, зокрема жінки-воїна, жінки-військовослужбовця. У сучасних медіа акцентовано увагу на тому, що збережений стереотип про жінку-матір та дружину, яка насамперед виховує дітей, займається побутом. У мові ЗМІ також відо-

бражено професійні характеристики жінки. Відповідно до стереотипних уявлень керівні посади посідають чоловіки. Жінка-керівник вважається винятком.

Усі динамічні процеси всередині гендерного концептуального простору відбуваються внаслідок трансформацій та нового перерозподілу гендерних стереотипів між чоловіками та жінками. Медійний дискурс дає широкі можливості для подальшого вивчення гендерних стереотипів на тлі світових процесів гендерного розвитку, що може слугувати предметом нових наукових студій.

#### ЛІТЕРАТУРА

- Гендерні ресурси українських мас-медіа: ціна і якість: практичний посібник для журналістів та працівників ЗМІ / Н. М. Сидоренко, М. М. Скорик, та ін.; ред-упоряд. Н. М. Сидоренко. Київ : «К.І.С.», 2004. 76 с.
- Жінка повинна бути красивою. *Район Луцьк*. 09.04.2019. URL : <https://lutsrk.rayon.in.ua/news/139834-zhinka-povinna-butii-krasivoiu> (дата звернення: 13.11.2021).
- Ким Л.** Исследовательский проект «Влияние социальных факторов на понимание гендерных ролей». Будапешт, Ташкент, 2002. С. 36–38.
- Ковальова Г. П., Даніліян В. О.** Трансформація жіночої гендерної ідентичності в сучасному медіа-просторі. *Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. Серія : Філософія*. 2011. № 11. С. 148–158.
- Ковпак Г.** Яка красива жінка : 40-річна актриса вразила природною красою. *Сьогодні*. 7.05.2017.
- Кокнова Т. А., Овчарова Л. А.** Особливості відображення гендерного стереотипу та його вплив на мовну діяльність особистості. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2019. № 7 (330). С. 20–29.
- Костюк І. А.** Гендерні стереотипи в заголовках друкованих ЗМІ. *Наука і молодь. Гуманітарна серія*. 2012. № 11–12. С. 116–119.
- Кравець Т. В.** Гендерні стереотипи в сучасному українському масмедійному дискурсі: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2021. 19 с.
- Любарець А.** Лише дві жінки у незалежній Україні ставали мерами облцентрів. URL : <https://www.chesno.org/post/4562/> (дата звернення: 05.10.2021).
- Маслова Ю. П.** Роль гендерних стереотипів у розбудові громадянського суспільства (на прикладі сучасних українськомовних ЗМІ). *Розвиток громадянського суспільства в Україні: проблеми і перспективи. Громадянське суспільство*. Острог : Вид-во НаУОА, 2014. Вип. 7. С. 278–297.
- Меренкова В.** Гендерна дискримінація жінок, і чи могло все бути навпаки. Думки 4-х експертів. *Українська правда*. 19.09.2021.
- Оленич І.** Одрі Гепберн, Грейс Келлі та Вівен Лі: красуні, які зводили з розуму чоловіків у ХХ столітті. *Znaj.ua*. 09.09.2021.
- Сім труднощів, з якими неминуче стикається кожна красива жінка. *Ukr. Media*. 26.07.2018.
- Секс-символи минулого століття. URL : <https://gobeauty.blog/ua/seks-symvoliy-mynulogo-stolittya/> (дата звернення: 04.10.2021).
- Сліпчук В. В.** Мовностилістичні засоби творення гендерних образів молоді (за матеріалами друкованих мас-медіа) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «Журналістика». Київ, 2006. 20 с.
- Сліпчук В. В.** Соціальна типізація гендерних стереотипів у мові ЗМІ. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2004. Т. 17. С. 67–74.
- Ставицька Л. О.** Гендерні стереотипи в сучасній українській мовній свідомості (за даними асоціативного експерименту зі словами мати, батько). *Дивослово*. 2005. № 5. С. 47–51.
- Ставицька Л. О.** Гендер : мова, свідомість, комунікація / Інститут української мови НАН України. Київ : КММ, 2015. 440 с.
- Сукаленко Т. М.** Гендерні стереотипи жіночності: проблеми вивчення. *Вісник Черкаського університету. Серія «Філологічні науки»*. Черкаси, 2009. Вип. 169. С. 59–65.



- Сукаленко Т. М.** Метафорична репрезентація гендерних стереотипів. *Соціолінгвістичні студії* / за заг. ред. Л. О. Ставицької. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. С. 143–148.
- Сукаленко Т. М.** Метафоричне вираження концепту ЖІНКА в українській мові. Київ: Інститут української мови : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. 240 с.
- Тороп О.** Як в Україні долають дискримінацію жінок в армії. *BBC News Україна*. 06.07.2018.
- Шевченко Ольга. Що робить жінку красивою? URL : <https://ukrainians.today/shho-robyt-zhinku-krasyvoyu/> (дата звернення : 12.10.2021).
- Що жінки кажуть про гендерну рівність у секторі безпеки й оборони? URL : <https://parlament.org.ua/2021/03/08/shho-zhinki-kazhut-pro-gendernu-rivnist-u-sektori-bezpeki-j-oboroni/> (дата звернення: 13.10.2021).

#### REFERENCES

- Кум, Л.** (2002). *Yssledovatel'skyi proekt "Vlyianye sotsyalnykh faktorov na ponymanye hendernykh rolei"* [Research project "The influence of social factors on the understanding of gender roles"]. Budapesht, Tashkent [in Russian].
- Kovalova, H.P., Danilian, V.O.** (2011). Transformatsiia zhinochoi hendernoï identychnosti v suchasnomu media-prostori. [Transformation of women's gender identity in the modern media space]. In *Visnyk Natsionalnoi yurydychnoi akademii Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho . Serii : Filosofiia – Bulletin of the Yaroslav the Wise National Law Academy of Ukraine. Series: Philosophy* (Issue 11), (pp. 148–158) [in Ukrainian].
- Kovpak, H.** Yaka krasyya zhinka 40-richna aktrysa vrazyla pryrodnoiu krasoiu [What a beautiful woman : 40-year-old actress impressed by natural beauty]. *Sohodni – Today*. 7.05.2017 [in Ukrainian].
- Koknova, T. A., Ovcharova, L. A.** (2019). Osoblyvosti vidobrazhennia hendernoho stereotypu ta yoho vplyv na movnu diialnist osobystosti [Peculiarities of gender stereotype reflection and its influence on language activity of personality]. In *Visnyk LNU imeni Tarasa Shevchenka – Bulletin of Taras Shevchenko Lviv National University* (Issue 7 (330)), (pp. 20–29) [in Ukrainian].
- Kostiuk, I.A.** (2012). Henderni stereotypy v zaholovkakh drukovanykh ZMI. [Gender stereotypes in the headlines of the print media]. In *Nauka i molod. Humanitarna serii – Science and youth* (Issue 11–12), (pp. 116–119) [in Ukrainian].
- Kravets, T. V.** (2021). *Henderni stereotypy v suchasnomu ukrainskomu masmediinomu dyskursi* [Gender stereotypes in modern Ukrainian mass media discourse]. (Candidate's thesis). Kyiv [in Ukrainian].
- Liubarets, A.** *Lyshe dvi zhinky u nezalezhnii Ukraini stavalı meramy obltsentriv* [Only two women in independent Ukraine became mayors of regional centers]. Retrieved October 05, 2021, from : <https://www.chesno.org/post/4562/> [in Ukrainian].
- Maslova, Yu.P.** (2014). Rol hendernykh stereotypiv u rozbudovi hromadianskoho suspilstva (na prykladi suchasnykh ukrainskomovnykh ZMI) [The role of gender stereotypes in the development of civil society (on the example of modern Ukrainian-language media)]. In *Rozvytok hromadianskoho suspilstva v Ukraini: problemy i perspektyvy. Hromadianske suspilstvo – Development of civil society in Ukraine : problems and prospects. Civil society*. Ostroh : Vyd-vo NaUOA. (Issue 7), (pp. 278–297) [in Ukrainian].
- Merenkova, V.** Henderna dyskryminatsiia zhink, i chy mohlo vse buty navpaky. Dumky 4-kh ekspertok [Gender discrimination against women, and whether it could be the other way around. Opinions of 4 experts]. *Ukrainska pravda – Ukrainian truth*. 19.09.2021 [in Ukrainian].
- Olenych, I.** Odri Hepbern, Hreis Kelli ta Vivien Li: krasuni, yaki zvodyly z rozumu cholovikiv u XX stolitti [Audrey Hepburn, Grace Kelly and Vivien Lee: beauties who drove men crazy in the XX century]. *Znaj.ua*. 09.09.2021 [in Ukrainian].
- Seks-symvoly mynuloho stolittia* [Sex symbols of the last century]. URL : <https://gobeauty.blog/ua/seks-symvoly-mynulogo-stolittya/> (Retrieved October 04, 2021) [in Ukrainian].
- Shcho zhinky kazhut pro gendernu rivnist u sektori bezpeky y oborony? [What do women say about gender equality in the security and defense sector?] Retrieved October 12, 2021, from <https://parlament.org.ua/2021/03/08/shho-zhinki-kazhut-pro-gendernu-rivnist-u-sektori-bezpeki-j-oboroni/> [in Ukrainian].
- Shevchenko, Olha.** *Shcho robyt zhinku krasyyoiu?* [What makes a woman beautiful?]. Retrieved October 12, 2021, from <https://ukrainians.today/shho-robyt-zhinku-krasyvoyu/> () [in Ukrainian].
- Sim trudnoshchiv, z yakymy nemynuche stykaietsia kozhna krasyya zhinka [Seven difficulties that every beautiful woman inevitably faces]. *Ukr. Media*. 26.07.2018 [in Ukrainian].
- Slinchuk, V. V.** (2006). *Movnostylistychni zasoby tvorennia hendernykh obraziv molodi (za materialamy drukovanykh mas-media)* [Linguistic means of creating gender images of youth (based on printed media)]. (Candidate's thesis). Kyiv [in Ukrainian].

- Slinchuk, V. V.** (2004). Sotsialna typizatsiia hendernykh stereotypiv u movi ZMI. [Social typification of gender stereotypes in the language of mass media]. In *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky. – Scientific notes of the Institute of Journalism* (pp. 67–74). Kyiv [in Ukrainian].
- Stavytska, L. O.** (2005). Henderni stereotypy v suchasni ukrainskii movnii svidomosti (za danymy asotsiatyvnoho eksperymentu zi slovamy maty, batko) [Gender stereotypes in the modern Ukrainian language consciousness (according to the associative experiment with the words mother, father)]. *Dyvoslovo – Divoslovo*, 5, 47–51 [in Ukrainian].
- Stavytska, L. O.** (2015). *Hender: mova, svidomist, komunikatsiia [Gender : language, consciousness, communication]*. Kyiv : KMM [in Ukrainian].
- Sukalenko, T. M.** (2009). Henderni stereotypy zhinochnosti : problemy vyvchennia [Gender stereotypes of femininity: problems of study]. In *Visnyk Cherkaskoho universytetu – Bulletin of Cherkasy University. Serii «Filolohichni nauky»* (Issue 169), (pp. 59–65). Cherkasy [in Ukrainian].
- Sukalenko, T. M.** (2010). Metaforychna reprezentatsiia hendernykh stereotypiv [Metaphorical representation of gender stereotypes]. In L. O. Stavytska (Ed.), *Sotsiolingvistychni studii – Sociolinguistic studies* (pp. 143–148). Kyiv : Vydavnychi dim Dmytra Buraho. [in Ukrainian].
- Sukalenko, T. M.** (2010). *Metaforychne vyrazhennia kontseptu ZHINKA v ukrainskii movi [Metaphorical expression of the concept WOMAN in the Ukrainian language]*. Kyiv : Vydavnychi dim Dmytra Buraho [in Ukrainian].
- Sydorenko N. M., Skoryk M. M.** et al. (Eds.) (2004). *Henderni resursy ukrainskykh mas-media: tsina i yakist : Praktychnyi posibnyk dlia zhurnalistiv ta pratsivnykiv ZMI [Gender resources Ukrainian media: price and quality : A Practical Guide for journalists and media workers]*. Kyiv: «K.I.S.» [in Ukrainian].
- Torop, O.** Yak v Ukraini dolaiut dyskryminatsiiu zhinok v armii [How discrimination against women in the army is overcome in Ukraine]. *VVS News Ukraina. – BBC News Ukraine*. 06.07.2018 [in Ukrainian].
- Zhinka povynna buty krasyyvoiu [A woman must be beautiful]. *Raion Lutsk – Lutsk district*. 09.04.2019. Retrieved November 13, 2021, from <https://lutsk.rayon.in.ua/news/139834-zhinka-povinna-buti-krasyyvoiu> [in Ukrainian].