

STYLE AND TEXT

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2020.76.10>

UDC 007:654.195:81'26

**Feminatives in the News of the First Channel
of Public Radio**

Maya Nagornyak

*PhD. (philol. sci), Associate Professor
Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv
36/1 Illienka St., Kyiv, 04119, Ukraine*

Corresponding author's e-mail address: maya_nag@ukr.net

ABSTRACT

The objective of the study is to examine the situation caused by the use of feminine gender-specific job titles forms in the news reports of the First channel of Public Radio. The method of empirical analysis was used, which made it possible to monitor a considerable audio array of radio news; due to the methods of quantitative and qualitative analysis, we managed to structure the identified feminine gender-specific job titles according to the certain features; the method of generalization contributed to identification of the reasons caused by non-use of feminine gender-specific job titles in the public service broadcasting of Public Radio.

There is a widespread use of feminine gender-specific job titles to designate positions and titles of womanhood, most of all for government and military departments. At the same time, the frequency of use of feminine gender-specific job titles to denote women in politics, public life, and their professional affiliation is low. The news monitoring during a month showed a positive trend in use of feminine gender-specific job titles, which made it possible to speak of the radio journalists' efforts to comply with language standards.

The high frequency of use of certain words and the low frequency of use of others convince us that the Ukrainian media are not yet ready to use absolutely the feminine gender-specific job titles in their programs. This phenomenon cannot be considered as negative, since the norms of the new version of the Ukrainian spelling are still slowing the way in the Ukrainian society, but the intensiver the Public Radio will use feminine gender-specific job titles in different types of broadcasting, the sooner they will be incorporated into the daily life of Ukrainians.

KEYWORDS: Public radio; first channel; news; feminatives.

Фемінітиви в новинах першого каналу Суспільного радіо

Нагорняк Майя Володимирівна, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат філологічних наук, доцентка

Резюме

Метою дослідження є вивчити стан, зумовлений вживанням фемінітивних форм у новинних повідомленнях першого каналу Суспільного радіо. Використовувався метод емпіричного аналізу, прослуховування значного аудіомасиву новин; завдяки методам кількісного та якісного аналізу вдалося структурувати виявлені фемінітиви за певними ознаками; метод узагальнення сприяв встановленню причин, зумовлених невживанням фемінітивів в інформаційному мовленні Суспільного радіо. Простежується широке використання фемінітивів на позначення посад і звань жіноцтва, здебільшого, це стосується державних, а також військових відомств. Водночас, низькою є частотність використання фемінітивів на позначення жінок у політиці, громадському житті, їхньої професійної належності. Аналіз прослуханих випусків новин упродовж місяця засвідчив позитивну динаміку стосовно вживання фемінітивів, що дає змогу говорити про намагання радіожурналістів дотримуватися мовних норм. Висока частотність використання одних слів і низька частотність використання інших переконує у тім, що українські медії ще не готові стовідсотково застосовувати в передачах фемінітиви. Це не можна вважати негативним явищем, оскільки норми нової редакції Українського правопису ще повільно торують шлях в українському суспільстві, але що активніше Суспільне радіо використовуватиме фемінітиви в різних видах мовлення, то швидше вони вводитимуть у повсякденне життя українців.

Ключові слова: Суспільне радіо; перший канал; новини; фемінітиви.

Нагорняк М.В. Феминитивы в новостях первого канала Общественного радио

Целью исследования является изучение ситуации, связанной с употреблением феминитивных форм в новостных сообщениях первого канала Общественного радио. Использовался метод эмпирического анализа, прослушано значительный аудиомассив новостей; благодаря методам количественного и качественного анализа удалось структурировать выявленные феминитивы по определенным признакам; метод обобщения способствовал выявлению причин неупотребления феминитивов в информационном вещании Общественного радио. В новостях замечено широкое использование феминитивов для обозначения должностей и званий женщин, служащих, главным образом, в государственных, а также военных ведомствах. Одновременно низкой является частотность использования феминитивов для обозначения женщин в политике, общественной жизни, их профессиональной принадлежности. Анализ прослушанных выпусков новостей на протяжении месяца свидетельствует о позитивной динамике употребления феминитивов, что позволяет говорить о стремлении радиожурналистов соблюдать языковые нормы. Высокая частотность использования одних слов и низкая частотность использования других убеждает в том, что украинские медиа в лице Общественного радио пока не готовы к полному использованию в передачах феминитивов. Это не является негативным явлением, поскольку нормы нового правописания ныне достаточно медленно входят в практику укра-

инского общества, но чем активнее Общественное радио будет использовать феминитивы в разных видах вещания, тем быстрее они будут входить в повседневную жизнь украинцев.

Ключевые слова: Общественное радио; первый канал; новости; феминитивы.

1. Вступ

Розвиток демократичних процесів в Україні в умовах сучасних суспільнополітичних і соціальноекономічних викликів передбачає запровадження гендерної рівності в усіх сферах життя, її культивування як неодмінної й обов'язкової умови дотримання основоположних прав і свобод людини. Гендерна демократія є надзвичайно важливою для внутрішнього поступу країни, сталого й ефективного розвитку всіх її інституцій, а також для реалізації основних соціальних програм з метою забезпечення інтересів різних категорій населення. Вивчення феномена гендеру є напрочуд актуальним для Української держави, що зумовлено, насамперед, системними соціальноекономічною та демографічною кризами, знеціненням родинних і культурних цінностей, деформаційними процесами сучасної сім'ї (зростання кількості розлучень, виховання дітей у неповних родинах), а також збільшенням домашнього й гендерного насильства у різних соціальних групах тощо. Попри очевидну й значну відкритість досліджень гендерної проблематики, її широку представленість як у вітчизняних, так і в закордонних медіях, публічне обговорення означених питань, лишаються невивченими механізми гармонійного й всебічного розвитку людської особистості. Ця проблема може бути розв'язана за умови застосування міждисциплінарного підходу з метою привернення уваги педагогів, психологів, журналістів й інших фахівців.

У питанні забезпечення гендерної рівності важливу роль відіграють аудіовізуальні й електронні засоби масової комунікації України, які все ще перебувають під впливом стійких стереотипів. Саме стереотипи визначають сутнісні характеристики представників чоловічої і жіночої статей – ідеться, здебільшого, про домінуюче становище чоловіків і дискримінаційне становище жінок. У зв'язку з цим логічно постає запитання – який прояв мають ці стереотипи в медіях, зокрема, в інформаційних випусках Суспільного радіо? Маємо на увазі поширене явище мовного андроцентризму, за якого професії, посади, звання жінок позначаються формами іменників чоловічого роду, а не жіночого. Попри те, відповідно до нової редакції Українського правопису, ухваленого 22 травня 2019 р., визначено та унормовано означення осіб жіночої статі за допомогою уживання іменників жіночого роду (або фемінітивів) на позначення жіноцтва в усіх сферах суспільного життя. Використання фемінітивів у новинному мовленні Суспільного радіо ще є далеким від повномірного та системного, хоча й спостерігається позитивна динаміка.

Для аналізу взято продукт саме згаданої радіоінституції, адже, починаючи від 2017 р., коли державне радіо почало трансформуватися у суспільне, останньому була відведена роль зразка й критерію для інших мовників щодо неупередженості, якості, доступності інформування й різноманітності передач і послуг. Суспільне радіо розглядають і як чинник становлення соціальної згоди та єдності країни, воно є уособленням національної ідеї держави. До речі, суспільне мовлення є одним із найбільш надійних новинних брендів у понад 80% європейських країн, а 60% населення країн Європейського Союзу поставили новини суспільного на перше місце за рівнем довіри. Такими є результати дослідження «Довіра до ЗМІ 2019», яке провела компанія TNS на замовлення Європейської спілки мовлення [1].

З огляду на зазначене вище, *метою статті* є вивчити ситуацію, зумовлену вживанням фемінітивів у новинних випусках першого каналу Суспільного радіо. Задля досягнення мети поставлені такі завдання – прослухати всі денні випуски новин першого каналу Суспільного радіо (13.00–18.00 – будні та вихідні), які звучали у прямому ефірі впродовж місяця (01.08.–31.08.2019 р.) на предмет виявлення назв, якими позначені професії, посади, звання жінок, як у формі чоловічого, так і жіночого родів; здійснити кількісний та якісний аналіз фемінітивів; здійснити спробу з'ясувати причини невживання фемінітивів.

2. Теоретичне підґрунтя

Гендер як соціальний, культурний, когнітивний феномен, як особистісний дискурс досліджували вітчизняні та закордонні вчені – Н.Абубікірова, В.Агеєва, І.Бежан-Волк, Т.Бендас, М.Богачевська-Хом'як, М.Боровцова, Т.Говорун, Н.Зборовська, В.Кириченко, О.Кікінеджі, А.Кіріліна, В.Кравець, Н.Лавриненко, В.Менжулін, О.Мойсова, С.Павличко, Н.Приходькіна, Н.Пушкарьова, А.Тіунова, Ш.Берн, В.Брайсон, Б.Еліот, Д.Зіммерман, Р.Лакоф, Дж. Скотт, Р.Столер, Ч.Чаттер'є та чимало інших. Мовознавчі аспекти гендерної проблематики вивчалися українськими ученими О.Горошко, С.Мартиняк, О.Пономаревим, Л.Ставицькою, В.Трубом та ін.

3. Методи дослідження

Метод емпіричного аналізу – прослухано архівні матеріали, представлені у звукозапису інформаційних випусків першого каналу Суспільного радіо, що виходили в ефір у денному слоті впродовж серпня 2019 р. Загалом, упродовж зазначеного періоду здійснено моніторинг 181-го випуску новин різною тривалістю звучання (5, 7, 8 і 10 хв.), що в сукупності становить 21 год. 55 хв. ефірного часу. Завдяки методу кількісного аналізу вдалося встановити загальне число всіх назв на позначення жіноцтва в суспільному житті – як іменників чоловічого роду, так й іменників жіночого роду; метод якісного аналізу уможливив розподіл фемінітивів за певними ознаками – професійною належністю жінок, їхніми посадами, званнями, місцем проживанням тощо. Метод узагальнення дав можливість сформувати загальну картину щодо використання фемінітивів у новинному мовленні Суспільного радіо, встановити причини невживання означених слів.

4. Результати і обговорення

Упродовж 2001–2019 рр. дедалі очевиднішим є той факт, що гендерний складник набуває статусу одного з визначальних у суспільному розвитку України. Згаданий історичний період характеризується потужними суспільнополітичними, соціальноекономічними та культурницькими трансформаціями, значним посиленням динаміки життєдіяльності країни в цілому та кожного громадянина зокрема, набуттям більшої рельєфності драматично-трагедійного складника. В педагогіці, освіті він дає можливість здійснити індивідуальний підхід до прояву індивідом своєї ідентичності, що означає більшу свободу вибору і самореалізації, допомагає бути доволі гнучким і вміти використовувати різні можливості поведінки [2]. Застосування принципу гендерної рівності у засобах масової комунікації дає змогу зруйнувати застарілі стереотипи щодо розподілу ролей чоловіка й жінки, по-іншому поглянути на їхні соціальні репрезентації, переконатися у тім, що гендер – це не закріплена природою даність, а сукупність проявів соціальної активності людей обох статей. Та найголовнішим є те, що завдяки медіям у свідомості споживачів інформації формується певний образ, пов'язаний із соціальною реалізацією чоловіків і жінок. А.Тіунова схильна вважати, що в наш інформаційний вік медії мають значний вплив на формування ставево-рольової ідентичності, яка є основним компонентом самосвідомості людини, стрижнем її цілісності. Дослідниця привертає нашу увагу до такого факту – в

телепрограмах для дітей кількість чоловічих персонажів постійно перевищує кількість жіночих у співвідношенні 5:1. За її словами, те саме стосується і дорослих програм, про що свідчать результати зарубіжного шістнадцятирічного контент-аналізу телепрограм, які займали в ефірі найкращий час: 71% головних героїв, які впродовж цього часу з'являлися на екрані, були чоловіки. Як наслідок, зауважує А.Тіунова, у громадській думці чоловік асоціюється з інтелектом, особистістю, ідентичністю, характером, амбіціями [3, с. 36–38, с. 44]. До речі, Л.Ставицька вважає гендерний фактор однією із суттєвих характеристик особистості, який протягом усього її життя певним чином впливає на усвідомлення своєї ідентичності, а також на ідентифікацію мовця іншими членами соціуму [4, с. 19].

Стосовно радіо, то, на нашу думку, до гендерної нерівності та порушення статевої ідентичності призводить, з-поміж іншого, й означення осіб жіночої статі за допомогою форм чоловічого роду. Приміром, часто можна почути таке – наш кореспондент Ірина Дейнеко, перед присутніми виступила директор ліцею та ін. Такі конструкції, наголошує О.Пономарів, суперечать морфолого-стилістичним нормам української мови і є наслідком невмотивованого перенесення ознак офіційно-ділового стилю (де підкреслюється не стать людини, а її службове чи суспільне становище) на художнє, публіцистичне та розмовне мовлення. Вживання слів, уживаних у формі іменників чоловічого роду для позначення і чоловіків, і жінок, учений пояснює тим, що колись більшість професій мали тільки чоловіки (академік, доктор, президент, прем'єр-міністр). У міру набуття їх жінками з'явилися жіночі відповідники: бандуристка, доповідачка, лікарка й под. Дослідник вважає процес утворення від іменників чоловічого роду назв жіночого роду доволі продуктивним [5, с. 213]. У цьому зв'язку слушною є думка Л.Ставицької, яка вважає називання жінок іменниками чоловічого роду нічим іншим, як проявом мовного сексизму. Йдеться про асиметрію, патріархальний стереотип, зафіксований у мові, який нав'язують її носіям певну картину світу, де жінці відводиться другорядна роль і часто приписуються негативні якості. За словами дослідниці, до останнього часу це виправдовувалося низкою причин: суспільним розподілом праці між чоловіками та жінками, перевагою чоловічої праці в колі відповідних посад і професій і навіть відсутністю ресурсів у самих мовах, тобто слів, що називають професії у формі жіночого роду або нейтральних елементів, частіше нейтральних суфіксів для творення таких слів, що сприяє ігноруванню жінок у картині світу [4, с. 29, с. 45]. Загалом, учена радить звертати велику увагу на теорію граматичного роду, який в гендерному аспекті сприяє формуванню патріархальних стереотипів, що несуть певні ризики як для жінок, так і для чоловіків. Тому, наголошує Л.Ставицька, подолання ознак сексизму, свідоме нормування мови з урахуванням гендерного компонента є частиною сучасної мовної політики [4, с. 29].

Проявом цієї політики стало й одне з положень нової редакції Українського правопису, згідно з яким за допомогою суфіксів -к-, -иц- (я), -ин- (я), -ес- та ін. від іменників чоловічого роду утворюємо іменники на означення осіб жіночої статі. При цьому, найуживанішим є суфікс -к-, бо він поєднуваний із різними типами основ: авторка, дизайнерка, директорка та ін. Суфікс -иц- (я) приєднуємо, насамперед, до основ на -ник: верстальниця, набірниця, порадишня та -ень: учениця. Суфікс -ин(я) сполучаємо з основами на -ець: кравчиня, плавчиня, продавчиня, а також на приголосний: майстриня, філологиня, лемкиня. Суфікс -ес є рідковживаним: дияконеса, патронеса, поетеса [6].

Л. Ставицька слушно зауважує, що в українській мові згадані суфікси поступово позбавляються емоційно-експресивних відтінків, тому що цей словотворчий тип є живий і продуктивний: авторка, агрономка, бригадирка, вихователька. Склад паритетних номінацій жіночого роду поповнюється за рахунок нових слів або засвоюється з мови західної української діаспори: лідерка, режисерка, спікерка, прем'єрка, особливо активізується суфікс -иня: членкиня, мисткиня [4, с. 29].

Прослухавши протягом місячного терміну денні випуски новин першого каналу Суспільного радіо, зауважуємо таке.

По-перше, необхідно наголосити на тім, що в новинах означеної станції помітне широкое використання фемінітивів – за досліджуваний період (01.08.–31.08.2019) – всього було вжито 179 іменників як чоловічого, так і жіночого роду для назв професій і посад жінок, із них 145 – це новоутворення на означення осіб жіночої статі. Така кількість фемінітивів у випусках свідчить про те, що творчі працівники Суспільного радіо в цілому намагаються дотримуватися нової правописної норми.

По-друге, помічено, що найбільша частотність використання фемінітивів пов'язана із називанням посад жінок, які вони обіймають у державних, громадських, а також військових інституціях. Лідером серед фемінітивів є слово «речниця» – воно зустрічається у 47-и випадках із зазначених 145-и. Практично в усіх випусках так означають жінку, що виконує обов'язки спікера тієї чи іншої структури, – речниця Нацполіції, речниця Державної служби із надзвичайних ситуацій, речниця Генпрокурора, речниця Нацбанку і под. Натомість іменником чоловічого роду «речник» позначають особу жіночої статі у 97-и випадках. Значна частотність використання згаданого фемінітиву зумовлена, передовсім, основним технологічним принципом викладу новин, відповідно до якого другу позицію в інформаційному повідомленні після ліду (заготовочної фрази) має займати посилення на джерело. Оскільки в більшості інституцій джерелами надання інформації виступають, здебільшого, особи жіночої статі, то й часто-густо з'являється потреба позначати жіноцтво за допомогою спеціального суфікса -иц- (я). За подібних умов вухо слухача Суспільного радіо та споживача їхнього мережевого контенту призвичаюється до звучання фемінітивів, унаслідок чого вони зможуть доволі швидко увійти в мовленнєву практику аудиторії.

Друге місце за частотністю використання – 8 випадків – належить синонімічним фемінітивам «прес-офіцерка», «прес-секретарка», «представниця прес-служби», що за своїм лексичним значенням подібні до лідера-фемінітива «речниця». Іменником чоловічого роду «прес-офіцер» позначають особу жіночої статі в 48-и випадках.

Третє місце посідають фемінітиви, якими позначають жінку як керівну одиницю установи – «директорка» – 4 випадки, «кураторка» – 2 випадки, «керівниця» – 4 випадки, «очільниця» – 1 випадок, «начальниця» – 3 випадки, «завідувачка» – 5 випадків. Іменниками чоловічого роду «директор», «куратор», «керівник», «очільник», «начальник», «завідувач» позначають осіб жіночої статі в 39-и випадках.

Нечасто зустрічаються фемінітиви на позначення жінок у політиці та громадському житті – «опозиційна кандидатка» – 1 випадок, «екс-президентка» – 1 випадок, «Уповноважена з прав людини» – 1 випадок, «волонтерка» – 3 випадки, «співорганізаторка» – 3 випадки, «правозахисниця» – 1 випадок. Так само мало фемінітивів використовують на позначення професій жіноцтва – «вихователька» – 1 випадок, «екологія» – 1 випадок, «акторка» – 1 випадок, «співачка» – 1 випадок, «тенісистка» – 3 випадки, «лікарка» – 3 випадки, «піарменеджерка» – 1 випадок, «вчителька» – 1 випадок. У цьому переліку лідирує фемінітивів «адвокатка» – 6 випадків, що пояснюється значною кількістю повідомлень на кримінальну тематику. На позначення вищезгаданих осіб жіночої статі використовуються уже згадувані спеціальні суфікси.

Наведена класифікація переконує у тім, що фемінітиви все ще залишаються доволі новими, незвичними для слухачької аудиторії словами, що норми нової редакції Українського правопису потребують часу для практичного втілення. Звісно, багато чого в цьому сенсі залежить від рівня фахової журналістської підготовки кадрів, від їхньої внутрішньої готовності сприймати і застосувати в редакційній практиці мовні новації. Та беззаперечним є одне – що частіше в новинах на радіо чоловічі посади, звання, професії позначатимуться формами чоловічого роду, а жіночі, відповідно, формами жіночого роду, то рель-

єфніше формуватиметься статево-рольова ідентичність та цілісність кожної особи. А.Тіунова наголошує на тому, що статево-рольова ідентичність починає формуватися від самого народження під тиском соціальних міфів «якими повинні бути чоловік і жінка». Цьому, на думку дослідниці, сприяють батьки, вихователі, вчителі, однолітки, а також література і медіа [3, с. 79]. Єдине, з чим не можна погодитися, то це з тим, що у творенні соціальних міфів медіям відведена остання роль. Адже саме засоби масової комунікації, а надто аудіовізуальні, стоять на чолі появи гендерних стереотипів, які панують у тому чи іншому суспільстві.

Крім того, преса, інтернет, радіо, телебачення відіграють першорядну роль у неухильному дотриманні громадянами норм грамотної й довершеної української літературної мови. Для цього журналісти, ясна річ, самі повинні бути компетентними мовцями, дотримуючись мовних стандартів, визначених законодавством. Так мовці, за словами дослідника С. Омельчука, мають володіти високим рівнем мовної свідомості, творчого мислення й літературного мовлення. Учений зауважує, що для цього потрібно не лише бути обізнаним із літературними нормами, а й уміло їх застосовувати у мовленнєвій практиці [7, с. 16.]. Якраз щогодинні інформаційні випуски Суспільного радіо є чи не найефективнішою практикою застосування норм як для презентаторів контенту, так і для його споживачів.

По-третє, результати онлайн-опитування ведучих першого каналу Суспільного радіо [тут треба було би подати посилання на результати опитування. Але на жаль, на сайті Суспільного радіо всі матеріали зберігаються лише за останніх два місяці, і цей матеріал давно видалений] дозволили наблизитися до з'ясування причин ситуації неналежного вжиття фемінітивів. Усього в опитуванні взяли участь 18 ведучих. Відповіді розподілилися так:

1. Внутрішнє несприйняття мовних змін, зумовлених стереотипами, які беруть початок із дитинства, юності, настанов старшого покоління – 6 осіб.
2. П'ятирічна чинність старого правопису, внаслідок чого спостерігаються зволікання із запровадженням змін – 4 особи.
3. Особливості редакційної політики радіо, в якій визначені, з-поміж інших, творчовиробничі (до яких належать й мовно-стилістичні) засади діяльності – 2 особи.
4. Подекуди необізнаність представників журналістських професій із новаціями, що входять у життя спільноти у зв'язку з ухваленням нової редакції Українського правопису – 5 осіб.
5. Страх втрати сталої аудиторії – 1 особа.

5. Висновки

Забезпечення гендерної рівності в усіх сферах суспільного життя є одним із пріоритетів соціальної політики України. Важливо розуміти, що виконання глобального завдання має здійснюватися широким фронтом у різних царинах життя за допомогою різних методів, способів і прийомів. Однією із таких царин є мовна життєдіяльність індивіда. Засоби масової комунікації є чи не найдієвішим, найефективнішим механізмом реалізації вагомих суспільнополітичних, соціально-економічних, культурологічних рішень. Оскільки в Україні великі сподівання покладають на Суспільне радіо, яке має виконувати місію незаангажованого, збалансованого, достовірного мовця, то виглядає логічним, що саме воно повинно стати найпослідовнішим виразником мовної політики держави, пов'язаної із застосуванням однієї з норм нової редакції Українського правопису, а саме вживанням форм іменників жіночого роду на позначення професійної належності, посад, звань жіноцтва.

Мусимо констатувати, що результати дослідження перевершили сподівання – упродовж місячного терміну прослуховування новинних передач першого каналу Суспільного радіо кількість фемінітивів була доволі значною, що, однак не можна розглядати як закономірність із огляду на недавнє ухвалення нового правописного закону та пролонговану чинність старого. З однієї сторони, подібний відгук Суспільного на мовні новації можна лише вітати, з іншої сторони, безсистемність, нерегулярність використання фемінітивів спричиняє хаос у сприйнятті інформації слухачами та користувачами мережі, нерозуміння того, як, усе ж таки, правильно називати жіноцтво. Бо, зрештою, не може існувати ситуація, за якої в одному випуску новин ми позначаємо жінку «завідувачкою відділу музею», а вже буквально за годину, в іншому випуску, називаємо її «завідувачем відділу музею». Подібна мовна недбалість чи неухважність ніяк не посилює позиції ані Суспільного радіо, що визначило собі амбітну мету стати українським BBC, ані позиції безпосередніх працівників, які мають демонструвати реалізацію високих зразків мовлення.

Представлення результатів цього дослідження для ведучих, редакторів, кореспондентів, оглядачів є, безперечно, корисним, оскільки воно містить вичерпний фактаж щодо використання фемінітивів у новинному мовленні Суспільного, подає класифікацію цих слів, звертає увагу на особливості їх застосування у різних сферах життя.

Дослідниця І.Бежан-Волк зауважує, що гендер – це ніщо інше, як культурна маска статі, це те, що прийнято думати про жіноче і чоловіче в певній громаді та в межах її соціальнокультурних уявлень [8, с. 37]. Широко використовуючи фемінітиви в різних видах мовлення (не лише в інформаційному), не чекаючи, доки спливе термін чинності старого правопису, радіо може відіграти чільну роль у правильному розумінні людьми ролей чоловіка і жінки як у глобальному сенсі, так і у конкретному, забезпеченні гендерної рівності в суспільній і громадській життєдіяльності української спільноти.

Подяки. Висловлюємо щирю вдячність за допомогу в підготовці статті завідувачці кафедри мови й стилістики Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, професорці Наталії Шумаровій і доценту цієї кафедри Дмитрові Данильчуку.

References

1. Detector Media (2019), “80% of the EU population trusts the news on Public Broadcasting – the TNS survey”, available at: https://stv.detector.media/dosvid/movnyky_svitu/novinam_na_suspilnomu_movlenni_dovirya_e_80_naselennya_evrosoyuzu_doslidzhennya_tns/ (accessed 07 October 2019).
2. Kravets, V.P., Hovorun, T.V., Kikinedzhi, O.M. et al (Eds.) (2013), *Gender Studies: Applied Aspects: a Monograph*, Navchalna Knyha.Bogdan, Ternopil, 448 p.
3. Tiunova, A. (2017), *Feminism of the 21st Century. The Art of Being a Woman*, “INTERSERVIS”, Kyiv, 324 p.
4. Stavytska, L.O. (2015), *Gender: Language, Consciousness, Communication*, KMM, Kyiv, 440 p.
5. Ponomariv, O.D. (2017), *An Ukrainian Word for All and Everyone*, Lybid, Kyiv, 360 p.
6. Media Osvitoria (2019), “New spelling: a full text and major changes”, available at: <https://osvitoria.media/experience/novyj-pravopys-povnyj-tekst-ta-osnovni-zminy/> (accessed 15 September 2019).
7. Omelchuk, S. (2019), *Contemporary Ukrainian Linguistics Didactics: Norms in Terminology and Language Practice of Specialists*, Vydavnychiy dim “Kyievo-Mohylianska akademiia”, Kyiv, 356 p.
8. Bezhan-Volk, I. (2005), “The gender studies: current issues and prospects of development”, *Folk Creativity and Ethnography*, no. 21, pp. 37-40.

Submitted 09.01.2020

Список літератури

1. Новинам на Суспільному мовленні довіряє 80 % населення Євросоюзу – дослідження TNS. Детектор медіа. URL: https://stv.detector.media/dosvid/movnyky_svitu/novinam_na_suspilnomu_movlenni_dovirya_e_80_naseleennya_evrosouyuzu_doslidzhennya_tns/ (дата звернення: 07.10.2019).
2. Гендерні дослідження: прикладні аспекти : монографія / В.П.Кравець, Т.В.Говорун, О.М.Кікінеджі [та ін.] за наук.ред. В.П.Кравця . Тернопіль : Навчальна книга. Богдан, 2013. 448 с.
3. Тіунова А. Фемінізм 21 століття. Мистецтво бути жінкою. Київ: «ІНТЕРСЕРВІС», 2017. 324 с.
4. Ставицька Л.О. Гендер: мова, свідомість, комунікація. Київ: КММ, 2015, 440 с.
5. Пономарів О.Д. Українське слово для всіх і для кожного. Вид. 2-ге. Київ: Либідь, 2017. 360 с.
6. Новий правопис: повний текст та основні зміни // Освіторія медіа. URL: <https://osvitoria.media/experience/novuj-pravopys-povnyj-tekst-ta-osnovni-zminy/> (дата звернення 27.09.2019).
7. Омельчук С. Сучасна українська лінгводидактика: норми в термінології і мовна практика. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2019, 356 с.
8. Бежан-Волк І. Гендерні дослідження: актуальні проблеми і перспективи розвитку // Народна творчість та етнографія. 2005. № 21. С.37-40.

Надійшла до редколегії 09.01.2020