

Маслова Юлія Петрівна,

кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності, Національний університет «Острозька академія»

КОНЦЕПТОСФЕРА ГЕНДЕРНОГО ДИСКУРСУ ЗМІ

У статті окреслено концептосферу гендерного дискурсу в лінгвосинергетичному полі мас-медіа. Описано взаємодію мегаконцептів, концептів-максимумів і концептів-мінімумів у газетних текстах.

Ключові слова: ЗМІ, гендер, концепти, стереотипи, дискурс.

В статье очерчено концептосферу гендерного дискурса в лингвосинергетическом поле масс-медиа. Описано взаимодействие мегаконцептов, концептов-максимумов и концептов-минимумов в газетных текстах.

Ключевые слова: СМИ, гендер, концепты, стереотипы, дискурс.

The article outlines the sphere of concepts of the gender discourse in the lingo-synergistic field of mass media. It describes synergy of mega concepts, maximum-concepts and minimum-concepts in the newspaper texts.

Key words: mass media, gender, concepts, stereotypes, discourse.

На сучасному етапі розвитку суспільства гендерний напрям досліджень є досить актуальним. Зміни, що охопили всі сфери соціуму, вплинули також на існуючі стереотипи гендерної поведінки. Тому проблематика місця і ролі чоловіка та жінки в суспільстві акцентує увагу на дослідженнях про прагнення, інтереси й уподобання представників обох статей. Цілком закономірно, що перед дослідниками різних наукових сфер гостро постає проблема вивчення гендерної ситуації в сучасному українському суспільстві. Гендерні питання вивчають у міждисциплінарному аспекті, тому останнім часом з'явилося багато досліджень, у яких

предмет обговорення стосується одночасно різних галузей науки – філософії, лінгвістики, журналістики, соціології, політології та багатьох інших. Вивчення образу жінки й чоловіка набувають стійкої традиції, про що свідчать усталені в науковому дискурсі терміни *фемінатив*, *фемінний*, *маскулінатив*, *маскулінний* (А. О. Загнітко, І. І. Ковалик, А. К. Смольська, С. П. Семенюк, І. І. Фекета, О. О. Тараненко, Л. О. Ставицька, А. М. Архангельська, Я. В. Пузиренко, А. В. Кириліна, О. І. Горошко, О. О. Вороніна, Н. О. Блохіна, М. П. Дожук та ін.).

Актуальність дослідження зумовлена потребою у вивченні концептуального наповнення сучасного гендерного дискурсу друкованих ЗМІ в Україні, репрезентації гендерних стереотипів на сторінках мас-медіа, що експлікують гендерну асиметрію в українському суспільстві. Гендерну картину в соціумі найкраще експліковано за допомогою сучасних ЗМІ, тому за об'єкт нашого дослідження було обрано газетні тексти в яких, з одного боку, відображено погляди, уявлення, стереотипи, а з іншого – реалізовано латентну маніпуляцію свідомістю реципієнта. Саме ЗМІ належить ключова роль у посередництві між політиками, науковцями та простими громадянами, у формуванні суспільної думки щодо питань гендерних відносин.

Джерельною базою стали гендерно марковані компоненти журналістських матеріалів, опубліковані на сторінках сучасної українськомовної друкованої періодики: “День”, “Дзеркало тижня”, “Волинь”, “Україна молода”, “Хрещатик”, “Рівненська газета” та ін.

У структурі дискурсу концепти та їхні деривати відіграють роль своєрідних значенневих віх, тому їх можна виокремити завдяки частому вживанню і розгортанню навколо них великих семантико-тематичних груп лексики. Медійний гендерний дискурс – це система гендерних образів та символів, що сформована під впливом суспільних поглядів на роль чоловіка та жінки в соціумі, яка після появи на сторінках ЗМІ визначає і закріплює в суспільній свідомості та й у свідомості особистості гендерні ролі представників обох статей, їхню значимість, гендерну ідентичність. Гендерно маркована лексика (далі ГМЛ), яка трапляється на сторінках ЗМІ, становить лінгвосинергетику концептуального

поля мас-медійного гендерного дискурсу (далі ГД), що загалом відтворює уявлення про гендерну ситуацію, гендерні відносини в суспільстві. Під час аналізу газетних текстів варто враховувати принцип *конгеніальності*, що передбачає гармонізацію у креативних можливостях автора і читача, а також диференціювати отриману інформацію на концептуальну й підтекстову.

Концептосфера ГД ЗМІ наскрізь антропоцентрична, вона відтворює взаємодію мегаконцептів *людина* і *природа*, у процесі якої створюється низка концептів-максимумів і концептів-мінімумів (А. Вежбицька [1]) та їхніх дериватів. У полі нашого дослідження опиняється синергетична єдність концептів, акумульованих мегаконцептом *людина*, що відтворюють ГД сучасних друкованих ЗМІ.

Отже, каркас цієї концептосфери становлять два концепти, на котрих сконцентровано гендерні відносини в суспільстві, – *чоловік* та *жінка*, які кваліфікуємо як концепти-максимуми (за А. Вежбицькою). Дослідниця концепт-максимум характеризує як повне володіння значенням слова, що притаманне звичайному носію мови, якому реалія відома в усьому її обсязі. Такий концепт містить енциклопедичну інформацію, що розширює концепт-максимум за рахунок додаткових знань про об'єкт. Натомість концепт-мінімум означає неповне володіння значенням слова, що притаманне звичайному носію мови, якому відома сама реалія, але вона є начебто периферійною для його життєвої практики [див.: 2].

Концептосферу ГД становить система взаємодій концептів-максимумів *чоловік* (y) та *жінка* (x), а також їхніх дериватів (див. рис. 1.1), що називають виконувани чоловіком та жінкою гендерні і соціальні ролі в суспільстві. Так, концепт *жінка* позначає особу, котра може відігравати роль матері (x_m), дружини (x_w), дочки (x_d), бабусі (x_b), сестри (x_s), тещі (x_e), свекрухи ($x_{ж}$), причому кілька цих ролей одночасно, але не може бути дідусем, свекром, внуком (тобто не може виконувати ролі, позначені y). Так само концепт *чоловік* (y) позначає особу, котра не може традиційно відігравати ролі, позначені x , про що свідчить ГМЛ сучасних друкованих ЗМІ.

Класичну модель гендерних взаємовідносин у суспільстві (рис. 1.1), вілобразено на сторінках ЗМІ переважно у стереотипних образах чоловіка та жінки. Аналіз гендерних ролей жінки та

чоловіка дозволяє глибше зрозуміти концепт *жінка*, *чоловік*, їхні відгалуження – *мати*, *дружина*, *батько* тощо.

Гендерні опозиції неподільні й завжди взаємно зумовлюють та підсвідомо доповнюють одна одну, їхній зміст розкривається через принцип єднання протилежностей, що перебувають у постійній соціальній взаємодії. Поняття *жінка* в науковій літературі кваліфікують як “людину, яка з моменту свого народження вважається іншими особою жіночої статі, з огляду на наявність у неї відповідних зовнішніх статевих органів; та, яка так себе визначає” [цит. за: 3, с. 201].

Трактування поняття *чоловік* є ідентичним за критеріями дефініції концепту *жінка*, але йдеться про людину іншої статі, а саме: “чоловік – це людина, яка з моменту свого народження сприймається іншими як особа чоловічої статі, з огляду на наявність у неї відповідних зовнішніх статевих органів; та, яка так себе визначає” [3, с. 215].

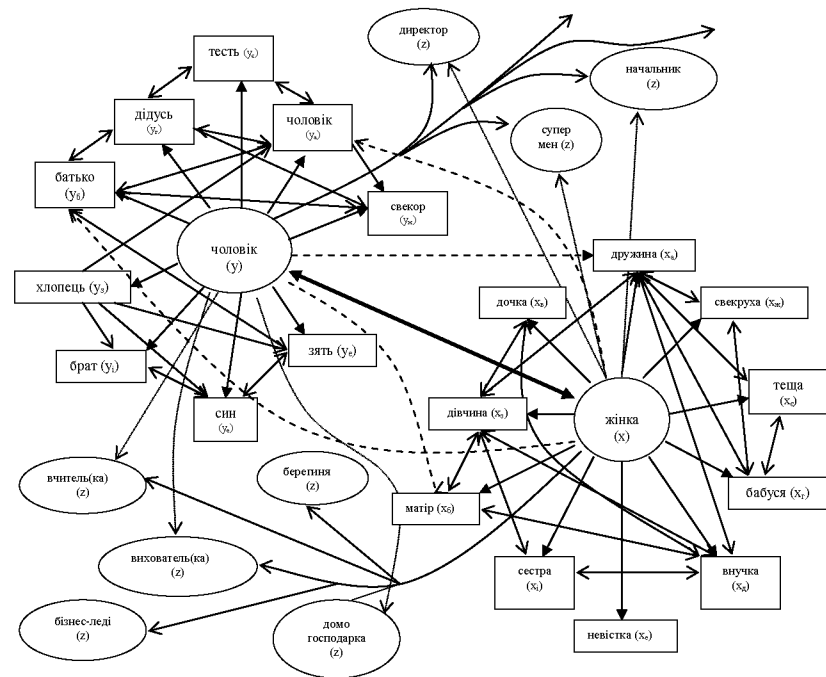


Рис. 1. Напрями взаємодії концептів-максимумів та концептів-мінімумів у гендерному дискурсі

Отже, ідентифікація понять *жінка*, *чоловік* відбувається через чітке усвідомлення гендерної категорії, що позначає особу протилежної статі (С. Ф. Хрисанова [6], А. Вежбицька [1]). Так, С. Ф. Хрисанова зазначає, що “чоловіче – чоловічий стиль життя, чоловічі стратегії поведінки, чоловічі етнообрази – можливо ідентифікувати тільки через жіноче – протилежності в єдності жіночого і чоловічого як у структурі особистості, так і в соціумі загалом” [6, с. 77–78]: “...Навряд чи хто буде заперечувати ту думку, що в руках *жінки* знаходиться великий вплив на справи людства – і добрий, і злий. Творець дарував їй не ту владу, котра б підкоряла *слабкого* *сильному* і діяла примусово, але зате Він надав їй вплив, котрий підпорядковує *сильного* *слабкому*, та ще так, що *сильний* не помічає цього, бо не відчуває приниження або втрати свободи” (День. – 2003. – 7 бер.).

Зазначимо, що бінарну пару “чоловік – жінка” визначено так: *жінка* – це “особа жіночої статі, протилежно до *чоловік*” [цит. за: 2, с. 276], а *чоловік* – “особа чоловічої статі, протилежно до *жінка*” [2, с. 281]. Однак журналістські інтерпретації гендерних понять, безперечно базуючись на загальних номінаціях, суттєво відмінні й характеризуються творчим підходом у використанні, осмисленні та публіцистичному трактуванні: “*А де поруч жінка й чоловік, там має бути тонка психологія людських взаємин*” (Літературна Україна. – 2009. – 18 черв.).

Д. Ч. Малишевська, зокрема, звертає увагу на таку закономірність, коли для жінки будь-яке порівняння з чоловіком має здебільшого позитивну оцінку [див.: 4, с. 100], а для представників чоловічої статі порівняння з жінкою є виключно негативним явищем: “*Жінки мудріші, сильніші, витриваліші й толерантніші, ніж ми, чоловіки*” (День. – 2010. – 5 бер.); “*Я – жінка. Всі на мене дивляться. Я не маю права бути гіршою чоловіків*” (Українське слово. – 2010. – 22 квіт.); “*Жінки, на відміну від сильної статі, мужньо усвідомлюють свої проблеми і комплекси, здатні обговорювати їх. Багато чоловіків бояться говорити про психологічні проблеми, їм здається, що це принижує їхню мужність. У результаті жінки живуть довше, а часом і щасливіше за чоловіків. Позначаються визначені стереотипи, гендерні, як прийнято зараз говорити*” (Рівне вечірне. – 2003. – 12 трав.).

Отже, основним вектором розуміння гендерної специфіки концептів *чоловік* та *жінка* стає усвідомлення їхньої соціальної сутності. Саме через конкретизацію семантичних характеристик гендерних концептів (далі ГК), що описують соціальні сфери життєдіяльності людини, стає можливим аналіз ГД друківаних ЗМІ України.

Найважливішою у ГД ЗМІ є концептосфера “*чоловік – дружина*” ($x_a - x_a$) та виконання представниками обох статей ролі одружених: “*Одружений чоловік у віці 34-36 років із середнім рівнем доходів*” (Контракти. – 2010. – 1 бер.); “*Присутність на письменницьких з’їздах та інших зібраннях президента чи його друзини дає можливість національній еліті висловити владі свої побажання*” (Літературна Україна. – 2010. – 21 січ.); “*Цього року це не був, частіше приїжджає дружина*” (Вісник. – 2010. – 7 січ.).

Значну увагу в ЗМІ приділено ролі *жінки-матері* (x_6), що відображено у взаємовідносинах $x_6 - x_b$, $x_6 - y_b$, тобто у стосунках з дітьми: “*Не така, як мама*” (Сім’я і дім. – 2009. – 16-22 вер.); “*Яка святиня – мамина любов...*” (Хрещатик. – 2004. – 10 бер.), “*Коли була мама, вона часто нам тиріжски пекла...*” (Нова Доба. – 2012. – 13 січ.), “*Вишивав, щоби мама жила*” (Волинська газета. – 2011. – 1 груд.).

Якщо стосунки на осі $x_6 - x_b$ переважно характеризуються розумінням, взаємоповагою, напр.: “*Донька, як і тато, мають стержень*” (Сім’я і дім. – 2009. – 16-22 вер.), “*Улюблені іграшки моєї доньки – лижні чоботи та палки*” (Львівська газета. – 2005. – 14 лют.), – то на осі $x_6 - y_b$ простежуємо двояке ставлення матері до сина і навпаки – або на засадах рівноправ’я, дружби, розуміння: “*Мамо, я одружуюся з жінкою, у якої є діти*” (Сім’я і дім. – 2009. – 9-15 лип.), так і на засадах надмірної опіки з боку матері, про що свідчать цитати зі статей: “*Будити не стане, бо няньчик учора втомився на дискотеці...*” (Сім’я і дім. – 2010. – 29 лип. – 4 серп.).

Щоб краще зрозуміти, що в собі акумулює концепт *батько*, варто звернути увагу на медійні тексти, які відтворюють відносини батька (y_6) з дітьми: “*Просто будучи батьком двох синів я згадую про їхні дитячі роки як про найщасливіший період свого життя*” (Контракти. – 2008. – 1 груд.) тощо. Осмислення цих відносин у ЗМІ подає фреймову організацію концептів *дочка*, *син*.

На схемі не позначено таких концептів, як *мачуха*, *вітчим*, *пасинок*, *небога*. Однак характер відносин між суб’єктами, названими цими лексемами, доповнюють знання про концепти *жінка* та *чоловік*, а також про гендерні ролі представників обох статей. Найчастіше на сторінках сучасної україномовної преси фігурує концепт *мачуха*, що має зазвичай стереотипне асоціативно-образне вираження (*мачуха – зла, самолюбива особа, яка не розуміє і не любить нерідних дітей*): “*Мачуха залишила без спадку*” (Рівне вечірне. – 2010. – 30 квіт.), хоч трапляються заголовки про мачуху з позитивним оцінним компонентом: “*Молода мачуха*” (Медичний вісник. – 2010. – 16 черв.); “*Найріднішою в родині стала... мачуха*” (Рівненська газета. – 2007. – 15 січ.).

Цілість концепту *жінка* доповнюють медійні характеристики її ролі бабусі, переважно з позитивним оцінним компонентом: “*Кожна бабуся – найкраща у світі!*” (Вільне життя. – 2010. – 19 трав.); “*Почім доглядальниця для бабусі?*” (Рівне вечірне. – 2007. – 21 серп.); “*Бабуся – мій взірєць*” (Вільне життя. – 2009. – 25 лист.). Концепт *бабуся* акумулює в собі і числівникове вираження вікової характеристики представниці жіночої статі: “*По-новому я зовуся, в 37 – уже бабуся*” (Сім’я і дім. – 2009. – 29 січ. – 4 лют.); “*62-літня бабуся народила здорову дитину*” (Українська газета. – 2008. – 18-31 груд.).

Окрему групу становлять газетні тексти, що відтворюють характеристики концепту *дідусь*: “*Дідусь обіцяв купити велосипед*” (Сім’я і дім. – 2010. – 27 трав. – 2 черв.); “*Лжеіталієць вициганив у дідуся тисячу гривень*” (Хрещатик. – 2006. – 28 груд.); “*Тернистий шлях мого дідуся*” (Рівненська газета. – 2008. – 16 серп.); “*Вона відмовилась від дитини, а дідусь взяв...*” (Волинь. – 2009. – 12 лют.). Інваріантом є концепт *дід*, або концепт-мінімум *дідусан*, який може супроводжуватися нейтральною, або й негативною/іронічною конотацією: “*Британське кіно: від закоханих дідусанів до сіамських близнюків*” (День. – 2007. – 27 лист.).

Вербальні характеристики за віком мають концепти *дівчина*(x_3)/*хлопець* (y_3). Так у заголовних комплексах типу “*Дівчинка думала, що у всіх є такий охоронець, і розповіла про нього мамі...*” (Літературна Україна. – 2010. – 21 січ.); “*Ще під час навчання у Лондонському університеті дівчина відвідала курси української*

мови” (Літературна Україна. – 2010. – 21 січ.) – відображена особа жіночої статі молодого віку. Концепт *хлопець* на сторінках сучасних друкованих ЗМІ має також переважно нейтральну конотацію, характеризує поведінку особи чоловічої статі молодого віку: “За часів бабусиної молодості *хлопці* заходили в хату до дівчини тільки тоді, як приходили свататися” (Контракти. – 2008. – 2 черв.); “*Хлопець* шукає родичів” (Рівненська газета. – 2005. – 29 лип.).

Актуальними є заголовки, що відтворюють відносини на осі x_e – y_e (*зять* – *теща*). Прикметно, що концепти *тесть*, *свекор* охарактеризовано на сторінках ЗМІ переважно нейтрально при виконанні своїх соціальних ролей: “*Наслідуючи тестя*” (Галичина. – 2010. – 26 лип.); “*Не в силі далі терпіти вибрики зятя, тесть зробив спробу поставити його на місце*” (Рівненська газета. – 2005. – 3 черв.). Що ж до відносин “*зять* – *теща*”, то в засобах масової інформації відображено переважно гумористичне сприйняття цих стосунків: “*Веселухи від свекрухи і децю від теці*” (Сім’я і дім. – 2009. – 6–12 серп.), “*Зять забув тещу в машині*” (Сім’я і дім. – 2010. – 8–14 квіт.), “*Купіть тещу. Недорого*” (Україна молода. – 2006. – 15 квіт.).

Часто на сторінках ЗМІ трапляється концепт-мінімум *зятьок* як оцінний інваріант концепту *зять*: “...*Прикрій зятьок*” (Рівненська газета. – 2005. – 3 черв.); “...*Що ж це за фрукт такий зятьок? Як же з ним живеться дорогій доньці?*” (Запорізька правда. – 2009. – 23 квіт.); “*Зять посварив батька з дочкою*” (Волинь. – 2005. – 29 вер.).

Відповідно до усталених стереотипів концепт *свекруха* має переважно пейоративну конотацію, позначаючи людину, котра не любить дружину свого сина: “*Свекруха навела на мене «порчу»*” (Подільська радниця. – 2008. – 8 жовт.), “*Доньці Кінаха попалася свекруха-диктатор*” (Газета по-українськи. – 2011. – 27 трав.). Однак останнім часом у пресі з’являються заголовки з нейтральним або й позитивним оцінним компонентом концепту *свекруха*: “*Але ж свекруха мала серце, зрештою, онук їй не був чужим*” (Сім’я і дім. – 2009. – 22–28 січ.); “*От свекруха – всім свекрухам свекруха!*” (День. – 2008. – 22 лист.); “*Чи стала для вас свекруха другою мамою?*” (Нова доба. – 2010. – 23 бер.).

Що ж до концепту *невістка*, то його змальовано на сторінках

ЗМІ переважно у стереотипному образі жертви: “*Хто винен... невістка!*” (Сіверщина. – 2009. – 5 серп.), “*А винна невістка!*” (Дзеркало тижня. – 2002. – 28 вер.). Негативну конотацію переважно має і концепт *приймак*: “*Невістки в Хорлуках теж є, звичайно, але приймацька братія набагато чисельніша*” (Україна молода. – 2010. – 15 квіт.); “*Найзаслуженіший приймак і постійний ведучий «Приймацької січі» – кремезний бородань Віктор Пахолок*” (Україна молода. – 2010. – 15 квіт.).

Перераховані вище ролі, відображені на сторінках мас-медіа, репрезентують класичну синергетичну єдність суспільних та гендерних відносин і відбуваються за формулою:

$$x_{(a, b, v \dots)} = y_{(a, b, v \dots)},$$

де представники жіночої статі виконують ролі, позначені лише індексом x , і чоловіки – лише ті ролі, які позначені індексом y . Однак в сучасному демократичному суспільстві з динамічним і всебічним розвитком особистості трапляються ситуації, коли особа- x (жінка) відіграє роль, скажімо, y_e (батько) (на рис. 1.1 показано пунктирною стрілочкою), і навпаки – чоловік виконує роль матері. У медійних матеріалах, що відображають такі відносини, зазвичай вжито тропи для змалювання переносного значення: “*Найкращі татусі – які замінюють маму*” (Рівненська газета. – 2007. – 31 трав.); “*Тато – «в декреті»*” (День. – 2010. – 21 черв.); “*Мама – вдома, мама – на роботі?*” (Дзеркало тижня. – 2004. – 6–12 бер.).

Крім того, як жінка, так і чоловік, виконують соціальні ролі (на рис. 1.1 позначені індексом z), причому сьогодні жінка може виконувати ролі, які раніше були прерогативою лише чоловіків і навпаки: “*По-друге, у мене був фільм, присвячений Олені Левчанівській, яка була першою жінкою-сенаторкою в сенаті Речі Посполитої 1922–1927 років від Волині, вона представляла інтереси національних меншин*” (День. – 2010. – 5 бер.); “*Серед перших жінок, представниць української міліції, що взагалі поїхали в Африку як поліцейські миротворці, була тоді капітан, а нині майор міліції Оксана Шумко*” (День. – 2010. – 12 бер.).

Звернімо увагу, що в сучасній соціальній реальності стало можливим реалізувати себе в будь-якій соціальній ідентичності. Операція зі зміни статі легко перетворює чоловіка на жінку і на-

впаки. Ці особи можуть виконувати соціальні ролі (позначені на схемі пунктирними лініями), але проблема залишається в тому, як себе ідентифікує особа, яка змінила стать – чоловіком чи жінкою. Жінка, яка стала чоловіком, може виконувати роль сина, зятя, “другого” батька тощо, але біологічним батьком не стане. Індивід утрачає свою репродуктивну функцію і стає порожнім об’єктом у площині таких гендерних відносин:

$$x \text{ у } = 0,$$

$$\text{у } x = 0$$

Ця проблема залишається невирішеною і болючою для сучасного демократичного суспільства [див.: 5], що відображено на сторінках ЗМІ: “*Ні «же», ні «ме», ні «кукуруіку»*” (Україна молода. – 2010. – 17 бер.), “*Унітаз для «третьої статі»*” (Україна молода. – 2005. – 21 груд.), “*В Австралії дозволили вибрати третю стать для паспорту*” (Нова Година. – 2011. – 14 вер.). Актуальність порушеної на сторінках преси проблеми підсилює коментар журналістки Юлії Крутогрудової: “*У цій країні людське створіння на ім’я Норрі Мей-Уелбі стало першою людиною, чия стать в офіційних документах позначили як «невизначену» (not specified)*” (Україна молода. – 2010. – 17 бер.). Саме на позначення такої статі використовуються лексеми середнього роду, фразеологізми тощо.

Українським суспільством перверсивні форми сексуальності не схвалюються, тому питання про моральне право на добровільну зміну статі залишається відкритим. О. В. Соколова, слушно назвавши втрату людиною гендерної ідентичності *нульовою статтю* [див.: 5], порушила серйозне і досить актуальне на сьогодні питання. Щоправда, авторка акцентує увагу переважно на проблемі клонування, однак, на нашу думку, про існування *статі на межі* й появу *нульової статі* правомірно говорити і стосовно транссексуалів, бісексуалів, трансвеститів тощо. Тому питання гендерної ідентичності особи залишається надто актуальним і невирішеним сьогодні.

Уважаємо, що на сторінках сучасних друкованих українських ЗМІ представлено цілий спектр гендерних взаємозв’язків, ролей і стереотипів у лінгвістичних гендерних образах, які становлять лінгвосинергетичне поле сучасного українського медійного ГД. Вісь цього поля становить концептосфера “*чоловік – жінка*”, тоб-

то взаємодія концептів-максимумів *чоловік, жінка* та їхніх дериватів за віковою категорією і ранговою оцінкою виконання соціальних ролей, основними з яких є складники дихотомій “*чоловік – дружина*”, “*мати – батько*”, “*бабуся – дідусь*”, “*син – донька*” тощо. Варто виокремити ще один важливий концепт-максимум, що є невід’ємним складником ГД друкованих ЗМІ, це концепт *родина*, що відтворює складну систему взаємодії дериватів концептів-максимумів *чоловік та жінка*.

Доповнюють лінгвосинергетичне поле медійного ГД концепти-мінімуми – різноманітні нашарування та додаткові характеристики існуючих гендерних образів, котрі нібито чіткі і зрозумілі, але містять у собі чимало таємниць або залишаються за межами життєвої практики реципієнта. Так, не завжди прийнятними для об’єкта називання є такі концепти-мінімуми, як *парубок, дівчисько, діваха, молодиця* тощо: “*Дівахи, розуміючи, що у них кількісна перевага, не погребували визбирати ягоди, поливаючи жінку словесним брудом*” (Сім’я і дім. – 2009. – 11–17 черв.); “*Здйав якусь дівулю і зажив у її гуртожитській кімнаті*” (Сім’я і дім. – 2009. – 5–11 лют.); “*Кохав одне дівчисько, ми нерозлучними були*” (Сім’я і дім. – 2009. – 11–17 черв.); “*Працював тоді це парубок Василь у сусідньому селі Велика Глуша*” (Сім’я і дім. – 2009. – 26 бер. – 1 квіт.).

Загалом аналіз концептів-максимумів та концептів-мінімумів гендерного значення та їхніх характеристик здійснили в контексті гендерних стереотипів (далі ГС), які сформовані та функціонують у соціумі, систематизуючи реально існуючі репрезентації та мовні конструкти. ГС беруть участь в організації соціальних відносин. За їхньою допомогою встановлюються відносини ієрархії, оскільки маскуліність та її характеристики оцінюються в системі координат влади та політики вище, ніж фемінність.

ГС, які лінгвістично реалізовані в концептах мінімумах та максимумах, використовується в політичній сфері – сфері діяльності, яка ніби не пов’язана з проблемами взаємовідносин між статями – у силу того, що стать легко ідентифікується індивідом; стереотипні уявлення про чоловіків та жінок співвідносні з його особистим досвідом, а взаємини між статями сприймаються як найбільш очевидні, а відповідно, легітимні.

Література:

1. Вежбицкая, А. Понимание культур через средство ключевых слов / А. Вежбицкая ; [пер. с англ. А. Д. Шмелёва]. – М. : Языки славянской культуры, 2001. – 288 с.
2. Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая ; отв. ред. и сост. М. А. Кронгауз ; [пер. с англ.]. – М. : Русские словари, 1996. – 416 с.
3. Глосарій до українського видання Дж. Батлер “Гендерний клопіт: фемінізм та підрив тожсамості” / [укл. М. М. Дмитрієва]. – К. : Ентіс, 2003. – С. 197–217.
4. Малишевская, Д. Ч. Базовые концепты культуры в свете гендерного подхода (на примере оппозиции “Мужчина / Женщина”) / Д. Ч. Малишевская // Фразаология в контексте культуры. – М. : Школа “Языки русской культуры”, 1999. – С. 180–184.
5. Соколова, О.В. Сууществование пола на пределе: “нулевой пол” / О. В. Соколова // Вестник Башкирского ун-та. – 2008. – Т. 13.3. – С. 655–658.
6. Хрисанова ,С.Ф. Мужчины и женщины как две глобальные социальные общности / С. Ф. Хрисанова // „Мужское” в современном обществе. – М., 2003. – С. 77–78.