

ГЕНДЕРНА НЕРІВНІСТЬ У МОВІ

У дослідженні розглянуто вплив гендерних стереотипів на мовні уявлення та практики молоді. Емпіричну базу склало соціолінгвістичне анкетування, проведене у травні 2025 року серед студентів віком 18–25 років. Опитування дало змогу проаналізувати ставлення до фемінітивів, уявлення про «чоловічу» та «жіночу» мову, а також виявити, як респонденти описують базові емоційні концепти (кохання, щастя, дружба тощо) залежно від статі.

Ключові слова: гендерна лінгвістика, фемінітиви, мовні стереотипи, соціолінгвістика, гендерна асиметрія.

The study examines the impact of gender stereotypes on young people's language perceptions and practices. The empirical basis was a sociolinguistic survey conducted in May 2025 among students aged 18-25. The survey made it possible to analyze attitudes towards femininities, ideas about "male" and "female" language, as well as to identify how respondents describe basic emotional concepts (love, happiness, friendship, etc.) depending on gender.

Key words: gender linguistics, femininities, language stereotypes, sociolinguistics, gender asymmetry.

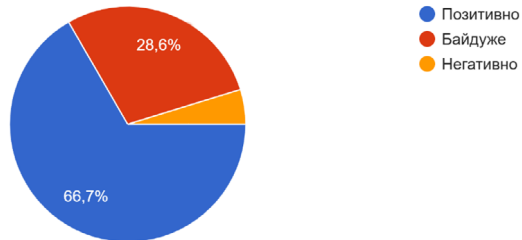
У сучасному українському суспільстві спостерігається зростання уваги до питань гендерної рівності, зокрема в мовленні. Мова не лише відображає реальність, а й активно її формує, а отже, закріплені у мовних практиках гендерні стереотипи мають значний вплив на формування світоглядних орієнтирів молодого покоління. У межах дослідження було проведено соціолінгвістичне опитування серед молоді віком 18–25 років, яке мало на меті виявити ставлення респондентів до таких явищ, як

фемінітиви, гендерні мовні стереотипи та емоційно-сміслова інтерпретація ключових понять.

Опитування охопило 42 особи, з яких більшість становили жінки (понад 70 %). Така нерівномірність дозволила глибше дослідити саме жіночий мовний досвід, проте водночас дещо обмежила загальну репрезентативність результатів. Анкета складалася з тестових і відкритих запитань, що дало змогу поєднати кількісний та якісний аналіз. Респонденти висловили своє бачення відмінностей між «жіночим» і «чоловічим» мовленням. Жінки частіше підкреслювали емоційність, чутливість, гнучкість мовної поведінки, тоді як чоловіки акцентували на стриманості, раціональності, структурованості. Ці уявлення вказують на поширеність гендерних стереотипів навіть серед освіченої молоді.

Значну увагу в дослідженні було приділено ставленню до фемінітивів.

Як ви ставитесь до вживання фемінітивів? (лікарка, професорка)
42 відповіді

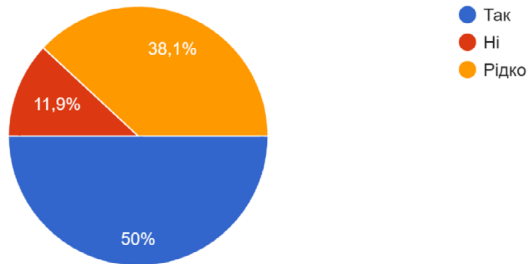


Згідно з діаграмою, більшість опитаних (66,7 %) позитивно ставляться до вживання фемінітивів, таких як «лікарка» чи «професорка». Це свідчить про загальну підтримку фемінітивів серед молоді. Водночас 28,6 % респондентів висловили байдужість до цього явища, що може свідчити про нейтральне або ще не сформоване ставлення. Лише 4,7 % мають негативне ставлення, що вказує на відносно низький рівень спротиву до фемінітивів у сучасному мовному середовищі

Більшість жінок активно використовують такі форми, наголошуючи на їхній важливості для мовної справедливості та видимості жінки в професійному просторі. Водночас деякі респонденти – переважно чоловіки – висловили неприйняття або скепсис щодо вживання фемінітивів, вважаючи їх неприродними, штучними або такими, що «спотворюють мову».

Чи вживаєте ви фемінітиви у повсякденному мовленні?

42 відповіді

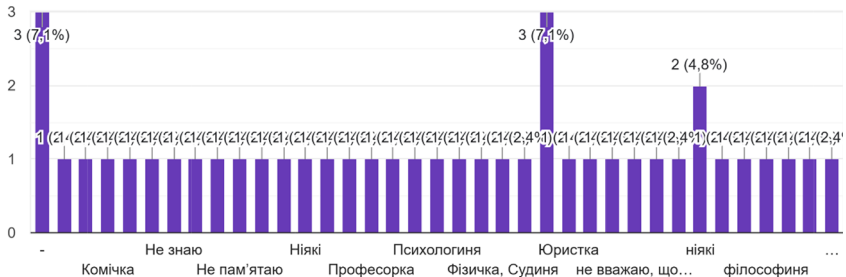


Найбільше дискусій викликали форми на кшталт «членкиня», «психологиня», «доцентка», які часто сприймалися як «комічні» або «зайві».

При цьому низка респондентів зазначила, що спротив до таких слів є результатом звички або незнання мовної норми, а не реальної лексичної неприйнятності.

Які фемінітиви Ви вважаєте невдалими або смішними (наведіть приклади):

42 відповіді



Цікавими виявилися відповіді на завдання, пов'язані з описом понять «любов», «щастя», «дружба», «контроль». Жінки надавали перевагу метафорам із сенсорним, тілесним і емоційним забарвленням («почуття безтурботності», «світ стає яскравішим», «метелики у животі», «взаємне почуття легкості, коли проводиш час зі спорідненою душею»), тоді як чоловіки — більш раціональним або доцільним означенням («успіх», «сила», «підтримка», «Коли прийшла зарплата», «сім'я, хороша робота», «опанувати щось нове»).

У випадку слова «контроль» простежувалась цікава асиметрія: жінки асоціювали слово як: «перфекціонізм», «ієрархія», «неволя», «надокучливість», «агресія», «біль», «смуток», «драматичність», «жорстокість», «аб'юзер», «партнер», «відповідальність», тоді як чоловіки — із впевненістю: «сила», «влада», «порядок», «організованість», «самодисципліна», «баланс», «думка», «стратегія», «впевненість», «спокій», «маніпуляція», «корупція», «влада», «тоталітарія», «пропаганда», «насилля», «кайдани», «серйозність», «невимушеність». Це свідчить про різні емоційні коди, через які представники різних гендерів осмислюють одні й ті самі концепти.

Також варто відзначити мовні особливості самопрезентації респондентів. Жінки активно використовували фемінитиви на позначення власного соціального статусу та професійної ідентичності («студентка», «філологиня»), у той час як чоловіки надавали перевагу лаконічним і нейтральним самовизначенням, часто без зайвих пояснень чи емоційного забарвлення. Це може свідчити як про вищу мовну чутливість жінок, так і про їхню більшу готовність до саморефлексії в мовленні.

Ще один важливий аспект — це сприйняття мовної репрезентації в медіа. Жінки частіше вказували на упереджене висвітлення жіночого мовлення як емоційного, поверхового, менш авторитетного. Натомість мовлення чоловіків традиційно

подається як експертне, стримане й аналітичне. Ось наприклад: «Так, у ЗМІ мову жінок подають емоційнішою, м'якшою, часто в побутовому чи особистому контексті. Чоловіків – стриманішими, раціональними, як експертів або лідерів», «Так, у ЗМІ мова чоловіків і жінок подається по-різному. Про чоловіків частіше пишуть як про експертів, рішучих і логічних Жінок подають емоційнішими, акцентують на зовнішності та особистому житті Такі відмінності це результат стереотипного мислення та гендерного фреймінгу». Чоловіки ж у своїх відповідях рідше помічали цю асиметрію або ж узагалі не вбачали проблеми. Це дозволяє зробити висновок про те, що гендерна нерівність у мовному представленні досі лишається малопомітною для тих, хто безпосередньо не зазнає її впливу.

Загалом результати дослідження демонструють, що попри загальну відкритість молоді до лінгвістичних змін і підвищену гендерну обізнаність, мовні стереотипи залишаються доволі впливовими. Особливо це стосується питань, що торкаються нормативності мови, професійного позиціонування та емоційної виразності. Жінки демонструють більшу готовність змінювати мовні практики та підтримують інклюзивну мову, тоді як чоловіки виявляють тенденцію до консерватизму або нейтральності.

У підсумку, можна стверджувати, що гендерні стереотипи й надалі залишаються важливим фактором, який формує мовну поведінку, уявлення про норму та особисту ідентичність мовця. Подолання таких стереотипів можливе через поєднання освіти, суспільного діалогу та цілеспрямованої мовної політики, що підтримує видимість жінок у мові й розширення меж мовної свідомості.

Список використаних джерел

1. Грабійчук М. В. Поняття «гендер» у сучасній науковій парадигмі. *Молодий вчений*. 2020. № 6. С. 369–372.
2. Єрмолаєва Т. В. Гендерні стереотипи у сучасному українському суспільстві. *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія «педагогіка і психологія»*. Педагогічні науки. 2017. № 1 (13). С. 92–96.
3. Маслова Ю. П. Мовна репрезентація гендеру в комунікації. *Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Серія: Філологічна..* 2009. № 12. С. 224–233.