

ЗАГОЛОВКОВІ КОМПЛЕКСИ ІЗ ГЕНДЕРНИМ КОМПОНЕНТОМ «ЖІНКА» У ПРАВОСЛАВНОМУ ЧАСОПИСІ «ВОЛИНСЬКІ ЄПАРХІАЛЬНІ ВІДОМОСТІ» (ЛУЦЬК, 2008–2013)

Розглянуто заголовкові комплекси із концептом «жінка» (та похідними від нього) в публікаціях часопису Української православної церкви «Волинські єпархіяльні відомості». З'ясовано моделі конструювання гендерної ідентичності сучасної жінки – православної християнки.

Ключові слова: заголовок, гендер, гендерна ідентичність, концепт «жінка», православний часопис.

Постановка наукової проблеми та її значення. Кожен заголовок сучасної друкованої мас-медійної продукції – це та частина тексту, яка орієнтує читача на характер, тип, призначення журналістського повідомлення, у лаконічній формі ознайомлює його з інформаційним наповненням видання.

У добу активізації демократичних перетворень у країні актуалізуються проблеми місця і ролі чоловіка та жінки в соціумі, загострюються питання про прагнення, інтереси та уподобання представників обох статей. Ці тенденції можна простежити за допомогою заголовків, що сприятимуть розширенню наукового бачення гендерної ситуації в сучасному українському суспільстві.

Потужний вплив на формування та розвиток національної свідомості українців мають релігійні медіатексти, про що свідчить актуалізація наукового інтересу до феномену релігійної комунікації як до певної (особливої, специфічної) структури людського існування (М. Балаклицький, А. Бойко, О. Керц, У. Лешко, І. Скленар, М. Фронощук, А. Юраш та ін.).

Дотичними до нашої розвідки є праці, в яких розглядаються окремі аспекти функціонування заголовкових комплексів у пресі (Ю. Біловол [3], О. Мітчук [11], М. Олійник [12], Л. Павлюк [13] та ін.). Цікавими із точки зору тлумачення гендерних явищ у журналістиці, є дослідження таких учених, як: А. Волобуєва [4], О. Марушевська [8], Н. Сидоренко [15; 16], М. Скорик [17], В. Слінчук [18; 19], Л. Таран [20]

та ін. З'ясуванню ролі жінки в українському суспільстві присвячено праці В. Агеєвої [2], Т. Журженко [5], О. Кісь [7] та ін.

Структурно-змістові типи заголовків із лексичними гендерними компонентами студіює Ю. Маслова [9]; гендерні характеристики газетних заголовків типологізує Т. Землякова [6].

Однак релігійні мас-медіа у контексті з'ясування гендерної ідентичності сучасної жінки – православної християнки досі не були предметом окремого наукового вивчення.

Актуальність проблеми зумовлена суспільною зацікавленістю гендерними процесами, намаганням глибше осмислити сутність понять, що регулюють міжособистісні стосунки, необхідністю з'ясування особливостей актуалізації та трансформації стереотипних образів у сучасному релігійному медіатексті. Виникає потреба в аналізі заголовків із концептом «жінка» та похідними від нього. Важливим є дослідження заголовків, у яких переосмислено роль жінок – православних християнок у суспільстві, а також тих, що виявляють гендерні стереотипи про уподобання жіночої статі.

Наукова новизна статті полягає у тому, що вперше зроблено спробу дослідити заголовкові комплекси публікацій часопису Української православної Церкви «Волинські єпархіальні відомості» (Луцьк, 2008–2013). Досі заголовки названого видання у гендерному аспекті системно не аналізувалися.

Метою статті є фіксація та структурно-змістова типологізація заголовків із гендерним компонентом «жінка» (та похідними від нього) в публікаціях часопису «Волинські єпархіальні відомості».

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

– зафіксувати та типологізувати заголовки із компонентом «жінка» і похідними від нього;

– з'ясувати моделі конструювання гендерної ідентичності сучасної жінки – православної християнки на основі проаналізованого заголовкового матеріалу.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Важливість газетних назв підкреслював В. Різун: «Заголовки <...> – це спеціальні засоби, які являють собою опорні точки, що показують найбільш важливу текстову інформацію. Саме ці «висунуті» елементи тексту служать опорою для читача в розумінні змісту» [14, с. 173].

У часописі «Волинські єпархіальні відомості» помітною є тенденція до економії мовних засобів при створенні заголовків газетних матеріалів. Така тенденція спостерігається, переважно, у заголовкових комплексах публікацій повчального характеру: «Без феміністок» (2013. – 27 січня), «Маленька злодійка (оповідання)» (2010. – 23 лютого), «Створення жінки» (2013. – 24 березня), «Справжня» (2009. – 26 грудня), «Побожна» (2012. – 26 серпня). Влучність, лаконічність назв досягається завдяки концентрації інформаційного наповнення у мінімальній кількості слів. Автори мають за мету передати максимум змісту, використавши одну-дві лексеми. У цьому контексті важливо привернути увагу читача до публікації лаконічним заголовком, аби зацікавити до прочитання усього матеріалу. І далі – тільки від споживача інформації залежить, яку публікацію він перегляне першочергово, а яка може залишитися поза його увагою.

Професор І. Михайлин виокремив основні риси заголовка: він має бути «виразним, стислим, змістовним, цікавим, легко відкладатися в пам'яті читачів» [10, с. 225]. Іншими словами впливовість заголовкового комплексу прямо залежить від кількості та якості його складових компонентів.

Учений А. Тертичний називає дві найважливіші функції заголовка. Перша з них – номінативна (називна, сигнальна) функція. Читач відразу повинен з'ясувати, про яку сферу життя піде мова в тексті. Уявлення про тему, обговорену в тексті, в заголовку, зазвичай звужується до уявлення про окремий аспект цієї теми – тобто до проблеми. Друга функція – привернення уваги читача. Публікація текстів із ефективними заголовками, приваблюючими увагу аудиторії, означає використання важливого фактора, здатного привести до успіху на цьому ринку [21, с. 46]. Так, привертають увагу читацької аудиторії складні за конструкцією заголовки із гендерними компонентами – номінаціями жіночого роду: форма «запитання – відповідь» («Як тебе звати?» – «Єва»). У Київському Патріархаті з'явилась перша схимонахія» (2010. – 24 травня); заголовок із підзаголовком, в якому автор називає жанр публікації (За прикладом Марії. Слово на Благовіщення (2010. – 29 березня); заголовок+ підзаголовок із вказівкою на жанр, повчальне звернення («Жіночий алкоголізм: Невигадані історії. Із хмільним будьмо вельми обережні» (2013. – 28 січня).

Одним із різновидів газетного заголовка є рубрика, яка також виконує функцію привернення уваги читача. Рубрика визначає те-

матичний напрям або характер публікації, окреслює її основну проблематику (наприклад, семантично місткі рубрики «Церква і молодь», «Дитяча сторінка», «Святині Волині», «Просвіта», «Духовна школа» та ін.). Рубрики «Волинських єпархіальних відомостей» постійні, що дає можливість читачеві створити «звичку читання», яка (як зауважує французький журналістико знавець Ів Аньєс) «спрощує регулярне використання газети або журналу і яку потім потрібно підтримувати, щоб не втратити читача» [1, с. 72].

Зазначимо, що заголовки із гендерним компонентом «жінка» (та похідними від нього) фіксуємо із однаковою частотністю в усіх рубриках, однак переважна кількість (понад 30 %) досліджуваних заголовкових комплексів спостерігається у рубриках «Будьмо пильні!», «Відповідь богослова», «Наші віряни», «Точка зору», «Роздуми», «Крик душі», що засвідчує активність жінок-дописувачок до редакції газети.

Лаконічні заголовки активно функціонують в одній площині зі структурно складними заголовковими утвореннями. Залежно від інформаційної мети та читацької потреби, автори публікацій увиразнюють заголовки додатковими семантично та емоційно місткими конструкціями, використовуючи фразеологічні одиниці, метафоричні засоби, питальні, спонукальні речення, несподівані поєднання мовних одиниць тощо. Трапляються заголовки складної структури, що складаються переважно із двох (трьох) частин:

– два розповідних речення (друге розширює, уточнює зміст першого): «Тільки для жінок. Світський погляд на життя монастиря зсередини» (2009. – 27 березня);

– розповідне речення + риторична питальна конструкція метафоричного змісту: «Свічка плаче, свічка гасне... А може, то гасне наша віра, заступаючись марновірством» (2009. – 27 грудня);

– розповідне речення (фразеологічної семантики) + розповідна та питальна конструкція: «Кам'яниста дорога. Кажуть: «Жіночка нагуляла дитину». Чи слід її осуджувати?» (2009. – 29 липня);

Заголовки з концептом «жінка» можна поділити на кілька тематичних підгруп залежно від виявів гендерних стереотипів. Так, через призму сформованих стереотипних кліше сприймається сьогодні образ Берегині, який в українській традиції характеризує призначення жінки у переважно приватній сфері.

Деякі науковці вважають образ жінки-Берегині нав'язаним українському суспільству. Він, як зазначає О. Кісь, «з одного боку,

репродукує консервативні гендерні стереотипи з характерним прикріпленням жінки виключно до приватної сфери (сім'ї, дому), з іншого – під гаслом «відродження традиції» насаджує штучну модель жіночої ідентифікації, що насправді має небагато спільного з українською минувиною» [7]. Тобто, за словами дослідниці, головним смисловим навантаженням цього образу є абсолютизація жіночих репродуктивних і побутових функцій, а не ствердження її «матріархальної» суспільної домінанти. У православній газеті «Волинські єпархіальні відомості» простежуємо стереотипне бачення образу Березини, яке, як правило, виявляється на рівні функціонування метафоричного кліше – «хранителька домашнього вогнища», яке трансформується в тотожне поняття «березині домашнього вогнища» та «березині сімейного затишку»: «Сім'я – це скарб» (2010. – 19 травня). Церква засуджує аборти, позашлюбні зв'язки: «Ні абортам!» (2010. – 24 листопада), «Як Церква ставиться до самотніх мам, які народжують дитя поза шлюбом?» (2009. – 29 липня).

Окрім сімейних цінностей, жінка у Православ'ї – це джерело благочестя, і саме тому її внутрішній світ має відповідати зовнішньому вигляду, а чисті помисли мають відповідати правильним учинкам. Про це йдеться у статті «Жінка у храмі. Скромність, традиції, простота – основні ознаки зовнішнього вигляду жінок у церкві» (2007. – 28 квітня);

На шпальтах аналізованого видання також порушуються проблеми гендерної рівності. Так, у публікації «Хай жінка мовчить? Розмови про «гендерну рівність» нині дуже модні. А чи не ущемляються права жінок у Православ'ї? (2008. – 27 червня) священник Андрій Ротченков, аргументуючи рівність чоловіка та жінки, відповідає: «Насправді обидві статі рівні перед Богом. Чоловік і жінка за своїми особливостями з одного боку протилежні, з іншого – доповнюють одне одного, складають певну єдність. <...> А який вид діяльності порівняємо зі святим материнством? Саме через жінку Творець дає нове життя. Біблія ототожнює жінку з життям. <...> У богопізнанні (не теоретичному, а живому, побудованому на досвіді) жінки ні в чому не поступаються чоловікам. <...> Будучи рівними перед Богом і маючи однакову людську гідність, чоловік і жінка разом з тим мають різне призначення на землі» (2008. – 27 червня).

З іншого боку, простежуємо невідповідність: у вищенаведеній цитаті декларується рівність обох статей, а в наступній публікації це твердження піддається сумніву. Так, стаття священника Андрія Хро-

мяка «... Не добре бути чоловікові одному...» «І сказав Господь Бог: недобре бути чоловікові одному; створімо йому помічника, за його подобою» (Бут. 2:18–20) містить таке протиріччя: «...Помічника, за його подобою». У цих словах, з одного боку, вказується на високе достоїнство жінки, бо вона подібна чоловікові, тобто так само, як і він, носить у собі образ Божий; з іншого – відмічається її трохи ніби залежне від чоловіка положення (2013. – 19 лютого).

Отже, заголовки із гендерним компонентом «жінка» у православному часописі «Волинські єпархіальні відомості» переважно відтворюють призначення жінки як матері, хранительки домашнього вогнища та сімейних цінностей. Низка заголовків містить вияв ще одного гендерного стереотипу, давно усталеного в українському суспільстві: призначення жінки – бути дружиною, коханою. Ці стереотипи підсилені християнським контекстом: жінка – рівна у правах із чоловіком (з іншого боку, за деякими проаналізованими публікаціями, – підпорядкована йому), вона – носій православних традицій, тобто гідна вітрянки, прихожанка храму, із високими морально-етичними якостями. Варто зауважити, що образ жінки як ідеалу краси, образ ділової жінки (що активно пропагується у сучасній світській пресі) в досліджуваному православному виданні не зафіксовано.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Фіксація та структурно-змістова типологізація заголовків із компонентом «жінка» і похідними від нього (на матеріалі видання Української православної церкви «Волинські єпархіальні відомості») дала можливість з'ясувати моделі конструювання гендерної ідентичності сучасної жінки. Незважаючи на сучасні тенденції суспільного розвитку та появу нових життєвих цінностей, пов'язаних із професійною та особистісною самореалізацією молодого покоління, журналістські заголовки продовжують репрезентувати читачам лінію традиційних стереотипних уявлень про призначення жінки у християнському світі та суспільстві загалом – бути «берегинею домашнього вогнища» або «берегинею сімейного затишку», тобто хорошою матір'ю, дружиною та господинею дому, чесною християнкою, вірною Богу та Церкві, про що й свідчать заголовки «Волинських єпархіальних відомостей» за період 2008–2013 рр.

Перспективу дослідження вбачаємо у порівняльній характеристиці заголовків із гендерним компонентом «жінка» та заголовків із гендерним компонентом «чоловік», і на цій основі зможемо з'ясувати гендерну ситуацію в українському суспільстві: роль жінки та чоло-

віка в соціумі, простежити, як збільшення чи зменшується роль чоловіка у важливих сферах суспільної життєдіяльності, як змінюються стереотипні уявлення про призначення жінки тощо.

Джерела та література

1. Аньєс Ів. Підручник із журналістики : Пишемо для газет / Ів Аньєс. – К. : Видавничий дім «Києво-могилянська академія», 2013. – 544 с.
2. Агеєва В. Філософія жіночого існування : передм. до кн. С. де Бовуар. Друга стаття / В. Агеєва. – К. : [б. в.], 1994. – Т. 1. – С. 10–14.
3. Біловол Ю. Є. Синтаксична структура заголовка публіцистичного твору письменника / Ю. Є. Біловол // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2009. – № 874. – С. 79–82.
4. Волобуєва А. М. Гендерна політика у дзеркалі преси (моніторинг газет «День», «Дзеркало тижня», «Столиця», «Хрещатик») / А. М. Волобуєва // Наукові записки Ін-ту журналістики. – 2002. – Т. 6. – С. 66–69.
5. Журженко Т. Маргінальна економічна діяльність і місце в ній жінок / Т. Журженко // Гендерний аналіз українського суспільства / ПРООН, Представництво в Україні. – К. : Златограф, 1999. – С. 148.
6. Землякова Т. А. Образ, жанр, слово, емоція: гендерні характеристики газетних заголовків / Т. А. Землякова // Наукові записки Інституту журналістики. – 2012. – Т. 48 (липень - вересень). – С. 50–56.
7. Кісь О. Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні / О. Кісь // Ї. – 2003. – № 27. – С. 6–12.
8. Марушевська О., Шарова К. Образ жінки в українській пресі (на матеріалах газети «Факти і коментарі») / О. Марушевська, К. Шарова // Філософсько-антропологічні студії. – К. : Стилос, 2001. – С. 220–225.
9. Маслова Ю. Структурно-змістові типи заголовків із лексичними гендерними компонентами / Ю. Маслова // Мовознавство. – 2010. – Вип. 2. – С. 77–81.
10. Михайлин І. М. Основи журналістики : підручн. / І. М. Михайлин. – 3-тє вид., доп. і поліпш. – К. : ЦУЛ, 2002. – 284 с.
11. Мітчук О. Мовностилістичні засоби увиразнення заголовкового комплексу газети (на прикладі газети «Вільне слово») / О. Мітчук // Теле- та радіожурналістика. – 2010. – Вип. 9. – Ч. 2. – С. 266–272.
12. Олійник М. Заголовкотворення : проблеми і перспективи / М. Олійник // Медіакритика. – 2006. – № 12. – С. 41–43.
13. Павлюк Л. Заголовок у дискурсі мас-медіа: семантико-змістові риси і функціонально-структурні типи / Л. Павлюк // Теле- та радіожурналістика. – 2010. – Вип. 9. – Ч. 2. – С. 285–293.
14. Різун В. В. Літературне редагування : підручн. / В. В. Різун. – К. : Либідь, 1996. – 240 с.
15. Сидоренко Н. М. «Гендерний монолог» української «урядової преси» / Н. М. Сидоренко, Н. Ф. Остапенко // Наукові записки Ін-ту журналістики. – К., 2002. – Т. 6. – С. 61–65.

16. Сидоренко Н. М. Українські аспекти гендерної рівності / Н. М. Сидоренко, Н. Ф. Остапенко // Вісник Київського нац. ун-ту. Сер. : Журналістика. – 2003. – Вип. 12. – С. 26–28.
17. Скорик М. М. Українські мас-медіа : гендерний аспект / М. М. Скорик // Проблеми освіти. – К. : Наук.-метод. центр вищої освіти, 2003. – Вип. 36. – С. 134–153.
18. Слінчук В. В. Соціальна типізація гендерних стереотипів у мові ЗМІ / В. В. Слінчук // Наук. зап. Ін-ту журналістики. – К., 2004. – Т. 17. – С. 67–74.
19. Слінчук В. В. Аспекти лінгвістичної гендерології в ЗМК (конструювання гендерних образів сучасного молодого покоління) / В. В. Слінчук // Журналістика. – К., 2005. – С. 103–110.
20. Таран Л. Гендерні проблеми і засоби масової інформації / Л. Таран // Гендер і культура : зб. ст. / Упоряд. В. Агеєва, С. Оксамитна. – К. : Факт, 2001. – С. 157.
21. Тертичный А. А. Заголовок – слово главное / А. А. Тертичный // Журналист. – 2004. – № 1. – С. 80.

Рожило Мария. Заглавные комплексы с гендерным компонентом «женщина» в православном журнале «Волынские епархиальные ведомости» (Луцк, 2008–2013). Рассмотрены заглавные комплексы с концептом «женщина» (и производные от него) в публикациях журнала Украинской православной церкви «Волынские епархиальные ведомости». Осмыслены основные теоретические вопросы, связанные с изучением заглавия как лингвистической единицы текста, а также его гендерных характеристик. Выявлены модели конструирования гендерной идентичности современной женщины – православной христианки. Проанализирована зависимость эффективности названия публикации от объема, структуры, содержания заглавий. Сформулированы критерии разделения заглавного материала с гендерными компонентами на отдельные типы.

Ключевые слова: заглавие, гендер, гендерная идентичность, концепт «женщина», православный журнал.

Rozhilo Maria. To the Title Complexes with a Component of Gender «Woman» in an Orthodox Magazine «Volhynia Diocese Information» (Lutsk, 2008–2013). Is considered a title complexes with koncept «woman» (and derivatives from him) in the publications of magazine of the Ukrainian orthodox church the «Volhynia diocese information». Outlined basic theoretical questions, related to the study of title as linguistic unit of phototypograph and also his descriptions of gender. The models of constructing of identity of gender of modern woman are found out – orthodox christian. It is analysed depends efficiency of the name of publication from a volume, structure, maintenance of titles. The criteria of division to the title complexes are formulated with components of gender on separate types.

Key words: title, gender, identity of gender, koncept «woman», orthodox magazine.