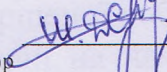


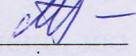
**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**ФЕМІНІТИВИ В МОВІ СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: СПЕЦИФІКА  
ТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ**


Рівень вищої освіти	магістр
Галузь знань	03 Гуманітарні науки
Спеціальність	035 Філологія
Предметна спеціальність/Спеціалізація	035.01 Філологія. Українська мова та література
Освітня програма	Філологія. Українська мова та література

Шифр КвР ФУМм.024034.01.01.00

Здобувачка 2 курсу, група ФУМм-24-1  Дар'я ШЕВЧЕНКО  
Шифр підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник кандидат філологічних наук, доцент  Марія ГАВРИШ  
Науковий ступінь, учене звання підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

**До захисту допускаю:**  
завідувач кафедри  
української філології

 Анатолій ЯНЧИШИН  
підпис Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

15.12.25  
Дата

# ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет	гуманітарно-педагогічний
Кафедра	української філології
Рівень вищої освіти	магістр
Галузь знань	03 Гуманітарні науки
Спеціальність	035 Філологія
Спеціалізація	035.01 Українська мова та література
Освітня програма	освітньо-професійна

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри української філології

Анатолій ЯНЧИШИН

17 жовтня 2024 року

## ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ШЕВЧЕНКО ДАР'І СЕРГІЙВНІ

1. Тема роботи: «Фемінітиви в мові сучасних соціальних мереж: специфіка творення та функціонування».

Керівник роботи – Гавриш Марія Михайлівна, кандидат філологічних наук, доцент.

Затверджено наказом ректора університету від 25 серпня 2025 року № 65.

2. Термін подання студентом завершеної роботи – грудень 2025 року.

3. Вихідні дані роботи. Незважаючи на наявність досліджень М.П. Брус, Т.А. Марценюк, О.П. Ставицької та інших науковців-лінгвістів, комплексної характеристики фемінітивів ще не було зроблено, що й зумовлює актуальність теми кваліфікаційної роботи.

4. Перелік підлеглих розробці питань.

- Уточнити сутність фемінітивів як лексичних одиниць сучасної української мови.
- Визначити способи творення фемінітивів в українській мові XVI-XXI століть.
- Описати історію вивчення фемінітивів у науковій літературі.
- Охарактеризувати особливості поширення фемінітивів у мові сучасних соціальних мереж.
- Установити відповідність способів творення фемінітивів, засвідчених у мові сучасних соціальних мереж, нормативним вимогам сучасної української мови.

5. Графічного матеріалу немає.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

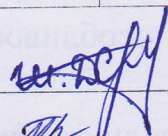
Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
	Немає		

7. Дата видачі завдання – 17 жовтня 2024 року.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва розділу кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітка
1	Обрання теми кваліфікаційної роботи	вересень 2024 року	
2	Опрацювання наукової літератури з теми дослідження	вересень 2024 року	
3	Збирання матеріалу, його первинна наукова інтерпретація	вересень- листопад 2024 року	
4	Написання першого розділу кваліфікаційної роботи	грудень 2024 – квітень 2025 року	
5	Апробування результатів дослідження шляхом здійснення публікації у збірниках наукових праць та участі у конференціях	січень, квітень, вересень 2025 року	
6	Написання другого розділу кваліфікаційної роботи	травень-вересень- 2025 року	
7	Написання «попереднього» варіанту кваліфікаційної роботи	жовтень-листопад 2025 року	
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи	листопад 2025 року	
9	Остаточне завершення кваліфікаційної роботи	грудень 2025 року	
10	Подача кваліфікаційної роботи на кафедру	грудень 2025 року	

Здобувач

 Дар'я ШЕВЧЕНКО

Керівник кваліфікаційної роботи

 Марія Г'АВРИШ

## АНОТАЦІЯ

**Тема роботи** – «Фемінітиви в мові сучасних соціальних мереж: специфіка творення та функціонування». Автор – Дар'я ШЕВЧЕНКО. Науковий керівник – Марія ГАВРИШ. Обсяг дипломної роботи – 70 сторінок основного тексту, 74 сторінки загального тексту. Робота містить 65 джерел посилання.

**Ключові слова:** іменник, соціолінгвістика, лексема, поширення, рід, соціальна мережа, специфіка, творення, фемінітиви, функціонування.

**Об'єкт** дослідження – мова сучасних соціальних мереж.

**Предмет** дослідження – специфіка творення та функціонування фемінітивів у мові сучасних соціальних мереж.

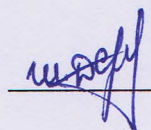
**Мета** дослідження – встановити специфіку творення та функціонування фемінітивів у мові сучасних соціальних мереж.

Дослідження теми спрямоване на з'ясування специфіки творення фемінітивів, використання та сприйняття користувачами соціальних платформ, зокрема в контексті популяризації гендерної рівності.

У процесі дослідження передбачається вивчити мовні засоби, які використовуються для створення фемінітивів у текстах соціальних мереж, та їхню лексико-граматичну структуру. Особлива увага приділяється аналізу способів формування фемінітивів: суфіксального, аналітичного чи інноваційного, а також їхньої ролі в підвищенні видимості жіночої ідентичності в мові.

Окрім цього, метою є оцінка функціонального навантаження фемінітивів у комунікації: як інструменту самовираження, засобу формування спільнот та індикатора соціальних змін. Робота також спрямована на висвітлення проблем, які виникають у зв'язку із поширенням фемінітивів, таких як конфлікти в сприйнятті нових форм серед різних аудиторій.

Автор



Дар'я ШЕВЧЕНКО

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ФЕМІНІТИВІВ.....	10
1.1. Фемінітив як лексична одиниця сучасної української мови	10
1.2. Способи творення іменників жіночого роду в українській мові.....	13
1.3. Історія вивчення фемінітивів у науковій літературі.....	20
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ФЕМІНІТИВІВ У МОВІ СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	25
2.1. Особливості поширення фемінітивів у мові сучасних соціальних мереж.....	25
2.2. Відповідність способів творення фемінітивів, засвідчених у мові сучасних соціальних мереж, нормативним вимогам української мови.....	32
2.3. Рекомендації щодо використання фемінітивів у науковому та публіцистичному стилях української мови.....	36
РОЗДІЛ 3. СПРИЙНЯТТЯ ФЕМІНІТИВІВ МОЛОДДЮ В РІЗНИХ СТИЛЯХ СУЧАСНОГО МОВЛЕННЯ.....	43
3.1. Аргументи «за» і «проти» фемінітивів.....	43
3.2. Сприйняття фемінітивів українською молоддю в різних стилях мовлення (за результатами соціолінгвістичного опитування).....	46
3.3. Соціолінгвістичні висновки щодо використання фемінітивів молоддю.....	56
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	63
ДОДАТКИ.....	70
Додаток А.....	70
Додаток Б.....	72
Додаток В.....	74

## ВСТУП

Фемінітиви — це іменники жіночого роду, що називають осіб жіночої статі, передусім за професією, соціальним статусом, місцем проживання чи етнічною належністю. Наприкінці ХХ — на початку ХХІ століття вони перестають бути переважно розмовними й активно входять у публіцистичний та офіційно-діловий стилі, що зумовлено суспільними змінами.

Питання творення назв жінок давно привертає увагу українських мовознавців. Історичні аспекти формування та вживання таких слів досліджували М. Брус і С. Семенюк. Особливості словотвірної фемінізації опрацьовували А. Архангельська, Н. Малюга, О. Тараненко. Значний внесок у вивчення функціонування фемінітивів у сучасному українському суспільстві зробили також соціолінгвісти — Я. Лишка, А. Нелюба, Я. Пузиренко, О. Ставицька, О. Фоменко та інші. У своїх працях вони доводять, що активне використання фемінітивів сприяє розвитку мови та її відповідності сучасним реаліям.

**Актуальність дослідження** зумовлена стрімким поширенням фемінітивів у мовному просторі, що особливо посилилося наприкінці ХХ — на початку ХХІ століття та набуло нового імпульсу з розвитком соціальних мереж. Саме цифрові платформи сьогодні виступають основним середовищем активного творення, закріплення й популяризації назв осіб жіночої статі, що виходять за межі розмовної сфери та активно проникають у публіцистичний і частково офіційно-діловий стиль. Така динаміка формує новий етап у формуванні мовних норм та стилістичної стратифікації, вимагаючи глибшого аналізу особливостей словотворення та функцій фемінітивів у мережевій комунікації.

Специфіка творення фемінітивів у соціальних мережах, наявність різноманітних словотвірних моделей, поява експресивних новотворів та неологізмів, реакція користувачів на нові форми, а також ризик виникнення небажаних конотацій — все це потребує системного дослідження. У цифровому просторі особливого значення набувають питання нормативності,

милозвучності, правильного добору словотвірних засобів і відповідності мовних інновацій сучасним комунікативним вимогам.

Активізація вживання фемінітивів у соцмережах спричинена необхідністю оновлення номінативних можливостей української мови, відображенням розширеного спектра соціальних ролей жінок, а також прагненням до точнішого й рівноправного мовного самовираження. Це підсилює потребу в подальшій систематизації, нормуванні та аналізі словотворчих і функціональних аспектів фемінітивів у сучасному онлайн-дискурсі.

**Мета** роботи – встановити специфіку творення та функціонування фемінітивів у мові сучасних соціальних мереж.

Реалізація цієї мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- 1) уточнити сутність фемінітивів, як лексичних одиниць сучасної української мови;
- 2) визначити способи творення фемінітивів в українській мові XVI-XXI століть;
- 3) описати історію вивчення фемінітивів у науковій літературі;
- 4) схарактеризувати особливості поширення фемінітивів у мові сучасних соціальних мереж;
- 5) встановити, чи відповідають способи творення фемінітивів, засвідчених у мові сучасних соціальних мереж, нормативним вимогам сучасної української мови.

**Об'єкт** дослідження – мова сучасних соціальних мереж.

**Предмет** дослідження – специфіка творення та функціонування фемінітивів у мові сучасних соціальних мереж.

У процесі дослідження використано такі **методи** як:

- 1) *аналіз* (для характеристики фемінітивів);
- 2) *узагальнення* (для визначення спільних особливостей іменників жіночого роду);

3) *описовий* (для інтерпретації досліджуваних мовних одиниць у синхронії);

4) *порівняльно-історичний* (для встановлення змін і закономірностей розвитку фемінітивів на різних хронологічних етапах);

5) *анкетування* (для з'ясування ставлення мовців до фемінітивів), а також прийом *кількісних підрахунків* (для визначення продуктивності різних типів аналізованих іменників жіночого роду).

**Теоретичне значення** кваліфікаційної роботи визначається новими підходами до способів творення аналізованих іменників жіночого роду та визначення особливостей їх функціонування в мові сучасних соціальних мереж.

**Практичне значення** дослідження полягає в можливості його використання при вивченні курсів мовознавства та соціолінгвістики та при написанні наукових робіт із вказаних дисциплін. Проведене анкетування допоможе з'ясувати продуктивність фемінітивів у різних вікових групах респондентів.

#### **Апробація результатів дослідження.**

1. Участь у II Всеукраїнській науково-практичній конференції «Формування особистості сучасного фахівця як суб'єкта самотворення в умовах освітнього простору» (Хмельницький, 28.11.2024). Доповідь: «Психологічні особливості критичного мислення філологів».
2. Участь у Подільських філологічних читаннях (Хмельницький, 2025). Доповідь: «Соціальні мережі як чинник популяризації фемінітивів в українській мові».
3. Участь у III Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Проблеми філології: історія та сучасність». (Хмельницький, 21.02.2025).

4. Участь у III Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Славістичні студії в сучасному філологічно-дидактичному просторі» (Хмельницький, 22.05.2025)
5. Участь у XIII Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів, аспірантів і молодих учених з міжнародною участю «Подільська регіональна лексикологія: стан та перспективи» (Вінниця, 11.04. 2025)
6. Участь у Всеукраїнській науковій конференції «Українське слово в науковому вимірі» (Кривий Ріг, 29–30.10.2025): *Шевченко Дар'я* (Гавриш М. М.).
7. Стаття: Шевченко Д. Соціальні мережі як чинник популяризації фемінітивів в українській мові (науковий керівник – канд. філол. наук, доц. Марія Гавриш). Поділля. Філологічні студії. Зб.наук. праць. В.18. Хмельницький. 2025. (подана до друку).

**Структура та обсяг роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Загальний обсяг роботи – 75 с., з яких 70 с. – основного тексту.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ФЕМІНІТИВІВ

### 1.1. Фемінітив як лексична одиниця сучасної української мови

*Фемінітиви* – це слова жіночого роду, альтернативні або парні аналогічним поняттям чоловічого роду (які зазвичай використовуються до всіх людей незалежно від їхньої статі): професор – професорка, письменник – письменниця, актор – акторка [Вакулович, с. 61].

Фемінітиви становлять важливу частину сучасної української лексичної системи, оскільки вони відображають не лише мовні, а й соціокультурні процеси, пов'язані з утвердженням гендерної рівності. Фемінітив (або фемінатив, *nomina feminina* – жіноча назва; від лат. *nomina* – ім'я, назва і *femina* – жінка) – це лексична одиниця, яка становить граматичну й семантичну пару до відповідного маскулінітиву. Утворення фемінітивів здійснюється, як правило, шляхом додавання характерних суфіксів до основи чоловічого слова або шляхом утворення аналітичної конструкції на кшталт «професія + жінка» [Біловус, с. 3].

Першоджерелом творення фемінітивів виступало народне мовлення, яке протягом століть відображало мовну реакцію спільноти на соціальні явища. Саме усна традиція стала середовищем формування іменників жіночого роду, в яких поєднувалися не лише граматичні ознаки роду, а й семантика ролі жінки в певному суспільному контексті. У живій народній практиці такі форми виникали як природний спосіб позначення соціального статусу, родинної належності, виду діяльності чи важливих у побутово-етнографічному плані функцій жінки. Суфіксальні моделі на зразок -иха, -ка, -иця, -иня [Ганич, 360] слугували регулярними словотвірними механізмами, завдяки яким назви жінок органічно входили до лексичної системи. Наприклад, лексеми «княгиня», «вдовиця», «майстриня» [Тищенко, 123] не лише позначали конкретні поняття, а й відтворювали соціальну ієрархію та закріплені у культурі ролі. Відсутність строгої письмової чи наукової

кодифікації давала можливість народній мові вільно продукувати нові форми без штучних обмежень, тому процес появи фемінітивів був водночас спонтанним і закономірним, віддзеркалюючи особливості традиційної культури з її об'єктивним та символічним розподілом гендерних функцій.

Завдання фемінітивів – відновити гендернолінгвістичну рівність. Відсутність безперервної історичної традиції використання фемінітивів, на рівні з маскулінітивами, не є основою для заперечення їх рівнозначного використання у XXI столітті [Сабадир]. Мовна система чутливо реагує на суспільні трансформації, що підкреслює її динамічність і здатність адаптуватися до соціальних змін. Зокрема, розширення та урізноманітнення фемінітивів пов'язане з утвердженням ідей гендерної рівності та зростанням активності жінок у сучасному українському суспільстві. Якщо раніше фемінітиви поповнювалися переважно новими назвами професій, то нині їхній розвиток значно інтенсивніший завдяки активному використанню як українських, так і запозичених мовних ресурсів.

Надання фемінітивам офіційного статусу й розширення сфери їхнього функціонування викликало в суспільстві, зокрема в ЗМІ, бурхливі дискусії щодо використання фемінітивів у науковій, офіційно-діловій і побутовій сферах спілкування [Сабадир]. Журналісти та представники мас-медіа активно втрутилися в дискусію, висловлюючи свою позицію як через повне ігнорування норм оновленого правопису, так і через послідовне використання нових форм у текстах. Попри закріплення фемінітивів у сучасних правописних правилах, їхня присутність у медійному дискурсі досі породжує неоднозначні оцінки серед мовців, що підкреслює актуальність прикладного аналізу цього питання надалі.

Як відомо, мова ЗМІ (преса, телебачення, Інтернет, радіо) є свого роду «часовим зрізом», що відображає особливості гендерних відносин у певній мовно-культурній спільноті. Так, наприклад, у титрах програми «Вікна» каналу СТБ упродовж кількох років можна було прочитати, а в матеріалах

почути «менеджерка», «конструкторка», «дизайнерка», «кураторка» тощо. У мові сучасних інтернет-видань функціонують фемінітиви з варіантними словотворчими формантами: експерт – експертка – експертеса; поет – поетеса – поетка; редактор – редакторка – редактриса; водійка – водійчиня; мовознавиця – мовознавчиня; режисер – режисерка [Шевченко, 336с].

З огляду на стильове розмежування сучасної української літературної мови, фемінітиви функціонують у всіх стилях, проте з різною інтенсивністю та призначенням. У публіцистичному стилі переважають нейтральні форми та найновіші фемінітиви; у художньому – представлено максимально широке лексичне різноманіття; у розмовному – уживається як нейтральна, так і стилістично забарвлена лексика. У науковому стилі фемінітиви з'являються переважно в нейтральному вигляді, але також активно поповнюються новотворами; в офіційно-діловому – використовуються здебільшого нейтральні професійні найменування; в епістолярному – можливі всі стилістичні відтінки, особливо емоційно забарвлені форми; у конфесійному стилі – ті, що відповідають церковно-релігійному контексту.

Новітні фемінітиви функціонують у мові засобів масової інформації дуже активно. Навіть до офіційного прийняття їх у правописі можна побачити вживання фемінітивів в окремих ЗМІ, наприклад: «Після інтерв'ю вже колишнього в. о. ректора Національного медичного університету імені О. О. Богомольця Юрія Кучина звільнена Міністерством охорони здоров'я **екс-ректорка**, розповіла УП. Життя свою версію того, що відбувається (Українська правда, 2018)». «Хто є у групі ризику і які наслідки COVID фіксують харківські науковці, Суспільному розповіла **докторка** медичних наук, **психіатриня**, **професорка** Інституту неврології, психіатрії та наркології НАМН України Наталя Марута (Суспільне, 2020)» [Сабадир, 3].

Помітною рисою сучасної словотвірної фемінізації є те, що для багатьох професій і занять існує кілька можливих форм: фотографка – фотографиня – фотографеса; філософка – філософиня – філософеса; кінознавчиня –

кінознавиця – кінознавка; літературознавчиня – літературознавиця – літературознавка [Чернявський]. Подібне різноманіття цілком природне для етапу становлення нових слів, тому можна припустити, що така словотвірна «неусталеність» зберігатиметься, доки мовна спільнота не віддасть перевагу одному варіанту та не закріпить його як нормативний у словниках і науковій літературі.

Отже, фемінітиви становлять помітну й динамічну складову сучасної української мови. Нині активно з'являються нові форми та розширюється використання вже існуючих, що особливо помітно в мові засобів масової інформації. Така активність потребує постійного спостереження й належного опису в наукових джерелах. Практичне опанування фемінітивів студентами передбачає вивчення їхньої будови, класифікації, способів творення від маскулінативів, а також усвідомлення історичного, гендерного та загальномовного контексту їх розвитку. Майбутні дослідження цієї теми можуть бути спрямовані на створення ефективної методики викладання структури фемінітивів, підготовку навчального посібника або методичних матеріалів, а також на проведення експериментальної перевірки запропонованої методики з її удосконаленням надалі.

## **1.2. Історія способів творення іменників жіночого роду в українській мові**

Основним способом словотворення фемінітивів у староукраїнській мові був морфологічний, який відображав творення слів за допомогою численної кількості словотворчих засобів і поділявся на такі різновиди: суфіксальний, флексійний, префіксальний, конфіксальний, основоскладання. Серед різновидів морфологічної деривації переважав суфіксальний спосіб, продуктивність якого значно зросла за рахунок збільшення кількості власних словотворчих ресурсів, порівняно з давньоукраїнським періодом. У межах

суфіксальної деривації виділено велику кількість словотвірних типів, які класифіковано на продуктивні, малопродуктивні і непродуктивні [Брус, 124].

Якщо аналізувати відсоткове співвідношення, то суфіксальним способом утворено 80,31% лексем, а саме: за допомогою суфікса -к- — 42,52%, -иц- — 26,77%, -ин-/-їн- — 7,87%, -ес- — 1,57%, а -ун- і -ев- — по 0,79%. Префіксальним способом — лише 1,57%, основоскладанням — 1,57%, словоскладанням — 11,03%, морфолого-синтаксичним — 4,73%, і лексико-семантичним — 0,79% [Гончарова, 41].

На думку Марії Брус, у дописемний давньо-руський період було започатковано процес творення фемінітивів **суфіксальним способом**. Найбільш продуктивними були форманти иц-я, -к-а: вдовиця, пасербиця, сестрениця, тетька, женька (Брус, 2019: 75). «Лексис» Лаврентія Зизанія (1596 р.) фіксує сім назв осіб жіночої статі: горбата, дочка, медведиця, молодиця, невістка, скорчена, сляка. «Словник української мови» за редакцією Бориса Грінченка (1907-1909 рр.) містить лексеми дончиця, лікарка, комірниця. «Словник української мови» Дмитра Яворницького (1920р.), де налічується близько 3500 фемінітивів фіксує рідкісні слова: домовласниця, злочинниця, змагальниця, колежанка, 2500 з яких є в «Російсько-українському словнику» Агатангела Кримського (1924–1932 рр.), де подано такі фемінітиви: виборниця, виконавиця, віддячниця, владниця, делегатка, демократка, державниця, друкарка, законодавиця, заступниця, заводовласниця, з'ясовниця, інспекторка, інструкторка, історичка, коштодавиця, медичка, мулярка, надихачка, професорка, чинниця [Якименко-Ломон, 58], але окремі з них не вживаються в сучасній українській мові. 2000 слів зібрано у Вебсловнику жіночих назв української мови. Укладачка вебсловника, філологиня О. Синчак, у передмові констатує: «Якщо порівняти кількість зібраних фемінітивів на початку 2000-х і у 2021 році, то зауважмо, що тепер їх стало більше майже в 20 разів [Джанда].

За новим правописом 2019 року найуживанішим є суфікс -к-, бо він поєднуваний з різними типами основ: *авторка, дизайнерка, директорка, редакторка, співачка, студентка, фігурістка* та ін. Суфікс -иц- приєднується до чоловічих основ на -ець (виконавець – виконавиця, вдівець – вдовиця, підприємець – підприємниця, самець – самиця, службовець – службовиця) і -ик (аліментник – аліментниця, боржник – боржниця, будівельник – будівельниця, керівник – керівниця, мученик – мучениця, радник – радниця, речник – речниця, розвідник – розвідниця, розкрійник – розкрійниця, співзасновник – співзасновниця) [Якименко-Ломон, 58].

Суфікс -ин- (-ен-) творить фемінітиви від чоловічих основ на -ець (*борець – борчиня, кіномитець – кіномисткиня, плавець – плавчиня, творець – творчиня, німець – німкеня*), -лог (*дерматолог – дерматологиня, філолог – філологиня, соціолог – соціологиня*) або на приголосний (*ворог – ворогиня, майстер – майстриня, член – членкиня, хірург – хірургиня*).

У випадку складних ситуацій учені, лідером серед яких був професор О. Пономарів, рекомендують послуговуватися ресурсами української мови, її гнучкістю. Якщо важко знайти вдалу милозвучну форму жіночого роду, можна застосувати інший спосіб. Назви математичка, фізичка, біологічка із суфіксом -ичк-, який, на поширену в суспільстві думку, не є нейтральним і додає зневажливого значення, можна замінити сполученням слів: спеціалістка з математики, вчителька фізики, фахівчиня з біології. Замість слова посолка від форми чоловічого роду посол пропонують шанобливо звертатися: пані посол [Пономарів, с. 240] або ж вживати іншомовне – амбасадорка [Джанда, 43].

Таким чином, на сучасному етапі розвитку української мови процес фемінізації найбільш активно виявляється в розмовному, публіцистичному та художньому стилях. Суперечливим для мовознавців залишається питання щодо доречності та нормативності фемінітивів-новотворів у науковому та офіційно-діловому мовленні. Зростання ролі жінки в різних професійних

сферах зумовлює потребу впорядкувати відповідні номінації в мові. Реалізація цього завдання передбачає осмислення суспільних змін і подолання усталених стереотипів, а також стимулює дослідників до вироблення рішень, що допоможуть унормувати проблемні мовні питання в українському дискурсі й забезпечити якість професійної підготовки та успішний розвиток майбутніх фахівців.

**Префіксальний спосіб** не відзначається великою продуктивністю. На думку М. Брус, «від староукраїнської мови успадковано поодинокі деривати зі спільнослов'янськими префіксами пра-, по- (прабаба, прапрабаба, посестра), які невеликою мірою були доповнені в новий український період (правнучка, праправнучка, прародичка, посестриця, послужанка та ін.) і збережені дотепер (Брус, 2019: 226). Сучасні префіксальні фемінитиви утворюються за допомогою іншомовних префіксів: супер-, інтер-, екс-, анти-, екстра- (супердіва, суперзірка, супермодель, інтердівчина, екс-чемпіонка, антирекордсменка, екстрашпигунка) [Якименко-Ломон, 58]. Попри обмежену продуктивність, цей спосіб продовжує функціонувати завдяки впливу медійного, публіцистичного та молодіжного дискурсу, де активно формуються новітні лексичні моделі з емоційно-експресивним забарвленням. Префіксальні фемінитиви часто виконують оцінну чи стилістично підсилювальну роль, тому їх уживання нерідко пов'язане з прагненням увиразнити характеристику особи або надати їй додаткових смислових відтінків. Таким чином, хоча префіксальний спосіб і залишається другорядним порівняно з суфіксальним, він продовжує розвиватися відповідно до тенденцій сучасного мовлення.

**Флексійний спосіб** творення фемінитивів є малопродуктивним і здебільшого застосовується для утворення форм на позначення власних імен, наприклад: Валентин – Валентина, Олесь – Олеся, Владислав – Владислава, а також для формування жіночих назв за родинними стосунками чи спорідненістю: кузин – кузина, кум – кума [Якименко-Ломон, 58]. Він

передбачає зміну закінчень і флексійних елементів слова з метою адаптації його до граматичної категорії жіночого роду. Флексійні зміни можуть також лежати в основі утворення парних назв осіб, коли жіноча форма виникає шляхом заміни родової флексії чоловічого іменника або його пристосування до морфологічної парадигми жіночого роду. Хоч цей спосіб не продукує великої кількості нових фемінітивів у сучасному мовленні, він відіграє важливу роль у підтримці морфологічної симетрії між чоловічими та жіночими назвами, забезпечує відчуття мовної гармонії та зберігає традиційні структурні принципи родових форм в українській мові. Крім того, флексійні фемінітиви часто виконують соціокультурну функцію, підкреслюючи приналежність до певного соціального контексту або культурної традиції, що робить їх незамінними у мовній практиці, зокрема в літературі, офіційних документах та історичних текстах.

**Конфіксальний** спосіб творення фемінітивів – це використання одночасно префікса та суфікса для утворення нового слова, що позначає особу жіночої статі. Однак в українській мові цей термін (чи спосіб) не є загальноприйнятим або типовим для творення фемінітивів [Якименко-Ломон, 58].

Конфіксальний спосіб був непродуктивним способом деривації фемінітивів упродовж усієї історії розвитку української мови [Брус, 2001: 65–66]. Так, у давньоукраїнській мові йому відповідала назва невіста, у староукраїнській – подруга, падчерица, а в новій українській мові – фемінітиви неплідниця, нерода, бездітниця, нетопа, охвара, падчерка й ін., що збереглися переважно дотепер із розмовним характером. Сьогодні йому відповідає невелика кількість фемінітивів (бездіткиня, безприданка, повітруля та ін.), які виражають мутаційне словотвірне значення. Водночас із фемінітивною семантикою зафіксовано й чимало іменників спільного роду, що належать до конфіксального способу. Це переважно оцінні фемінітиви,

характерні для живого розмовного мовлення (*завида, невдаха, нелюда, нечепура, розторопя, розхристя, увера* тощо) [Пономарів].

**Основоскладання** — це словотвірний спосіб, за якого нове слово утворюється шляхом поєднання двох (рідше більше) основ без сполучних голосних або з ними, інколи з додаванням суфікса. У творенні іменників жіночого роду в українській мові XVI–XX ст. цей спосіб використовувався нечасто, проте відігравав помітну роль у формуванні назв осіб за професією, суспільною роллю чи родинними відносинами.

У XIX ст. зростає кількість складних слів, зокрема назв осіб, у зв'язку з розвитком публіцистики, адміністративної сфери, освіти. Жіночі назви формувалися переважно від уже існуючих чоловічих композитів: землевласниця (земля + власниця), домогосподарка (дім + господарка) тощо.

З минулих століть відомо небагато фемінітивів (похідних і непохідних), що не мають співвідносних найменувань чоловіків (берегиня, роділля, невістка, вдова, мати, баба, діва тощо), але в окрему тенденцію процес творення таких дериватів вилився, можна вважати, наприкінці XX століття. Розвиток її зумовлений пошуканням різних способів деривації фемінітивів, особливо тих, які були раніше малопродуктивними або непродуктивними (префіксації, осново-, словоскладання, аббревіації, універбації) [Брус, 2009]. Тому й репрезентантами цієї тенденції стали перш за все префіксальні, складні, аббревіатурні, універбізовані фемінітивні утворення, наприклад: інтердівчинка [Стишов, с. 156], теледівичка, діва-телеведуча [Дзвін, № 7, с. 57, 57-58], матір-вдова, жінка-українка [Дзвін, № 4, с. 57, 103], мати-жалібниця, жінказведениця [Слово і час. 2004. № 1, 7., № 1, с. 31, 75], літдама [Нелюба, с. 61], і меншою мірою суфіксальні деривати, наприклад: старушенція [Дзвін, № 7, с. 30], дамочка [Дзвін, № 5-6, с. 71], воріженька [Олесь, № 1, с. 642].

Отож, основоскладання не було провідним способом творення жіночих іменників, однак відіграло помітну роль у виробленні назв професій, соціальних ролей та характеристик. Його функціонування в українській мові

XVI–XX століть демонструє поступове зростання продуктивності та постійне поєднання з іншими словотвірними засобами, передусім суфіксацією.

Варто згадати також про так звані фемінитиви-діалектизми. Мовознавці вважають, що найбільша їхня кількість виникла в говорах південного-західного наріччя. Так, у гуцульському говорі виявлено слова: баденка «мешканка низовини», боцмачька «товстунка», гоптирька «міцна жінка», гелевачька «повна жінка», кагленка «неохайна жінка», калюхачька «товстуха», лабачька «довгонога жінка», лицачька «повнощока жінка», льонтрачька «волоцюга, ледарка», машкарниця «бруднуля»; у закарпатському: жіванка «хитрунка», «здоровуля», кішассуня «панночка», «примхливиця», криндавка «плакса, капризниця», кусурдачка «непривітниця», мізерачка «мізерна жінка», німкошка «мовчунка»; у бойківському: висікачка «гостроязика», віддойниця «чарівниця», гирниця «марнотратниця», зателепанка «негідниця», зведенячка «приймачка», паскудниця «мерзотниця», фендериґа «розпусниця»; у наддніпрянському: байодка «вітровійка», кацунка «боягузка», коверзуля «каверзниця», куйдоха «жінка із завивкою», мамалижниця «любителька мамалиги», невтьопанка «неакуратна жінка» та інші [Гмиря].

Таким чином, фемінитиви мають на меті відобразити та забезпечити гендерний баланс у мовленні. Активне формування й уживання цих одиниць у різних мовних стилях пов'язане з розширенням соціальних можливостей жінок та їхнім доступом до освіти. На розвиток фемінитивів вплинули також глобальні події, що змушували жінок опановувати види діяльності, які раніше були здебільшого чоловічими. Наголошується на потребі чітко розмежовувати професійні назви та назви посад (особливо державних), утримуючись від фемінізації останніх. В українській мові жіночі найменування активно розширюються, однак усе ще потребують нормативного впорядкування.

### 1.3. Історія вивчення фемінітивів у науковій літературі

В останні десятиліття українські вчені активно досліджують процеси кількісного і якісного оновлення та збагачення словникового складу різних стилів національної мови. Функціонування фемінітивів в українській мові має тривалу й неперервну історію вивчення в мовознавчій науці. На сьогодні підготовлено низку розвідок, що стосуються переважно синхронного вивчення фемінітивів та охоплюють письмовий матеріал різних історичних періодів: староукраїнського, нового українського, сучасного українського [Вінтонів]. Передусім заслуговують на увагу праці таких українських лінгвістів, як: К. Городенська [Городенська], Є. Карпіловська [Карпіловська], О. Стишов [Стишов], М. Брус [Брус, генеза], О. Тараненко [Тараненко], А. Архангельська [Арх.] та інших.

У науковій літературі відсутнє єдине визначення аналізованого мовознавчого напрямку й одночасно терміносистеми. У наукових працях все частіше віддають перевагу фемінітиву (аналогічно до інфінітив, генітив), який може «існувати в мовленні як потенційне слово і поступово утверджуватися в ролі термінологічного поняття» [Федоренко, 309].

Хоча вичерпні дослідження фемінітивів досі відсутні в українському мовознавстві, роботи ведуться у трьох напрямках:

- Фемінітиви досліджують насамперед з огляду на словотвірні, лексико-семантичні та стилістичні особливості їх творення і вживання (Іван Фекета, Світлана Семенюк, Ярина Пузиренко).
- Окремі дослідження вивчають розвиток фемінітивів на діахронічному (Марія Брус, Алла Архангельська) чи синхронічному (Анатолій Нелюба) зрізах.
- Фемінітиви вивчають із погляду гендерної лінгвістики (Михайло Гінзбург, Олена Малахова, Олена Синчак, Тетяна Архангельська) та в лінгвокультурологічному аспекті (Марія Федурко). Наявний мовний і позамовний матеріал достатньою мірою розкриває історію фемінітивів

української мови з XI ст. в сукупності їх лексичних, словотвірних і функціональних особливостей [Федоренко, 310].

Українському мовознавству і суспільству загалом слова з основою фемін- мало відомі. Перші наукові праці, що появилися в Україні у XVI-XVII століттях, ще не фіксували їх, до пізніших лінгвістичних досліджень, здебільшого граматик XIX століття, вони також не увійшли, наукові розвідки першої половини XX століття так само позбавлені вказаних термінів, але засвідчують їх уже в другій половині XX століття [Брус, фемін]. Тому простежувати історію вживання термінів на фемін- в українському мовознавстві доцільно, починаючи з другої половини XX століття й до сьогодення. У цей період ключову роль у формуванні та використанні такої термінології відіграють спеціальні праці, присвячені аналізу назв осіб жіночої статі та іменникової системи української мови загалом. Так, у працях І. І. Ковалика широко використовуються терміни фемінізуючий, -а, -е, -і (суфікс, словотвірний тип, розряд, елемент, функція, значення, словотвірне функціонування, закінчення, ресурси), фемінінний (суфікс, словотвірний тип), фемінізація («жіночотворчість») [див. (Ковалик): 3, 7, 8, 12, 23, 31, 32], у наукових студіях І. І. Фекети – прикметники фемінізуючий,-а, фемінінний (суфікс, формант, функція) [див. (Фоменко): 23, 25, 57, 70], у розвідках Н. М. Захлюпаной – слова фемінінатив (назва жінки), фемінізуючий, -а (суфікс, роль) [див. **25**: 11-12, 18-19], у дослідженнях А. О. Загнітка – терміни фемінатив (іменник жіночого роду), фемінативний (суфікс) [див. Загнітко: 68-73; **ЗагніткоУМФ**: 34, 38, 40], у роботах С. П. Семенюк – слово фемінізуючий, -а (формант, засіб, суфікс, функція) [див. Семенюк: 5, 10, 69, 176, 178], М. П. Брус – слова фемінітив (найменування жінки), фемінітивний (суфікс, засіб, формант, словотвір) [див. Брус запоріж; Брус львів]. Рідко вживалося у працях П. І. Білоусенка і В. В. Німчука – іменник фемінітив [див. Білоусенко: 38, 61], Я. В. Пузиренко – фемінізація [див. Пузиренко: 13, 14]. Загальнолінгвістичні праці майже не послуговувалися термінами з

основою фемін-, лише деякі вчені інколи фіксували їх, зокрема В. В. Грещук – слово фемінітиви [Грещук: 68], Є. А. Карпіловська – фемінінність [Карп, 1999: 90].

В українській і зарубіжній лексикографічній практиці загалом наявні спільнокореневі номінації з основою фемін-, наприклад, «Словник української мови» охоплює слова фемінізація, фемінізм, фемінізований, фемінізувати, фемінізуватися, фемініст, феміністка, феміністичний [див. словничок: 574-575]. Попри це, фахові словники майже не фіксують власне лінгвістичних термінів із такою основою, а подані в них одиниці переважно належать до інших термінологічних систем. Водночас окремі номінації з основою фемін-, засвідчені у словниках, усе ж отримали поширення в лінгвістичних студіях. До них належать, зокрема, фемінізація («процес утворення іменників зі значенням жіночості»), фемінізувати («надавати словам жіноче значення»), фемінізуючий («той, що надає ознак жіночості»).

Як бачимо, слово «фемінітив» доволі молоде в українській лінгвістичній традиції, на це вказує також відсутність окремої словникової статті з цим терміном у словнику 2006 року «Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія» [Селіванова].

Словник гендерних термінів визначає фемінітиви як іменники жіночого роду, що слугують відповідниками або паралельними формами до назв чоловічого роду, які традиційно застосовують до осіб незалежно від статі. До таких пар належать, наприклад: льотчик — льотчиця, письменник — письменниця, професор — професорка, директор — директриса.

Досліджуючи розвиток фемінітивної системи української мови в історичному зрізі, Марія Брус узагальнює вироблений термінокомплекс щодо зазначеної мовознавчої проблеми, акцентуючи на значній кількості термінів, як-от: фемінітиви, фемінітивність, фемінізація, фемінітивний, фемінізувати. Дослідниця зауважує, що «сьогодні фемінітиви становлять досить обширну і багатогранну підсистему слів (понад п'ять тисяч номінацій)» [Бурячок, с. 68].

Терміни фемінітив і фемінатив слугують позначенням лексичних одиниць, що називають осіб жіночої статі. Обидва утворення, ймовірно, походять від латинського *femina* («жінка») із залученням різних латинських суфіксів: фемінітив сформувався за допомогою морфем *-it-*, *-ив-*, а фемінатив — через поєднання *-ат-* і *-ив-*. Їхня поява може бути також пояснена аналогією до термінів інфінітив, генітив, субстантив, акузатив та інших подібних форм. Спільна твірна основа спричинила формування однакового словотвірного значення — «те, що виражене твірним словом», а також єдиного лексичного змісту — «назва особи жіночої статі». Унаслідок цього іменники фемінітив і фемінатив слід уважати синонімами, які позначають те саме поняття, мають тотожну словотвірну семантику й відрізняються лише суфіксальними формантами *-it-* та *-ат-*. Обидва терміни та похідні від них форми можуть паралельно застосовуватися в дослідженнях, присвячених назвам жінок. Переважання ж у сучасній науковій практиці форми фемінітив пояснюється, очевидно, впливом споріднених слів українського чи іншомовного походження, утворених із суфіксом *-it-*.

Отже, проаналізувавши існуючі в українському мовознавстві теоретичні положення щодо фемінітивів, можна сформулювати їх визначення: фемінітиви — це іменники жіночого роду, які виступають альтернативами або парними формами до слів чоловічого роду та вживаються для позначення професій, посад, видів діяльності чи соціального статусу жінок.

Підсистема фемінітивів у сучасній українській мові перебуває на етапі формування власної термінологічної бази, до якої повинні увійти численні спеціальні лінгвістичні поняття. Чітку ідентифікацію цієї підсистеми забезпечують терміни з основою фемін-, що мають прозору будову, специфічну семантику та визначене функціональне призначення, дозволяючи всебічно охопити категорію іменників-назв жінок. Серед таких термінів особливу роль відіграють: фемінітив або фемінатив — для позначення всіх або окремих номінацій зі значенням особи жіночої статі; фемінітивний,

фемінативний — для визначення словотворчих засобів, словотвірних значень, моделей, типів і парадигм; фемінітивність, фемінативність — для вираження ознаки жіночості через словотворчі механізми та типи словотвірних структур. Окрім того, у лінгвістичних дослідженнях можна застосовувати й інші слова з основою фемін- (фемінізація, фемінізувати, фемінізування, фемінізований тощо) та створювати нові терміни на цій основі для аналізу назв жінок.

## РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ФЕМІНІТИВІВ У МОВІ СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

### 2.1. Особливості поширення фемінітивів у мові сучасних соціальних мереж

У XXI столітті соціальні мережі стали одним із головних каналів комунікації, що активно впливають на формування мовних норм. У процесі цифрової взаємодії саме соцмережі визначають темп і напрям розвитку мовних інновацій, зокрема й фемінітивів. Завдяки відкритості, швидкості поширення повідомлень та можливості миттєвої реакції аудиторії вони стали середовищем, у якому фемінітиви не лише активно функціонують, а й набувають статусу звичних і нормативних форм.

У соціальних мережах нові мовні форми набирають популярності надзвичайно швидко. Користувачі часто адаптують фемінітиви, запозичені з офіційної мови або створюють нові на основі власної креативності. Так, у Facebook або Instagram можна зустріти такі слова, як *керівниця*, *блогерка*, *програмістка*, *журналістка*, що активно вживаються в постах, коментарях та хештегах.

Мовлення молоді вирізняється динамічністю та відкритістю до нових мовних явищ, постійно збагачуючись інноваційними лексичними одиницями. Тому звернення молодого покоління до фемінітивів є цілком закономірним і відображає сучасні мовні тенденції. Активне використання фемінітивів молоддю можна пояснити прагненням дистанціюватися від норм, прийнятих у середовищі дорослих, а також протестною реакцією на будь-які мовні чи соціальні обмеження. Оскільки в офіційно-діловому стилі жіночі позначення ще тривалий час вважалися ненормативними, молодь природно обирає нестандартні мовні форми та новотвори, які відображають реалії її комунікативного простору.

Головна функція фемінітивів полягає у підвищенні видимості та значущості жінок у мовленні, а також у подоланні проявів гендерної нерівності. Використання виключно форм чоловічого роду формує мовний сексизм і підтримує уявлення про підлегле становище жінки. Молодь як соціальна група зазвичай прагне позбутися усталених стереотипів і протидіяти дискримінаційним практикам (за винятком окремих проявів булінгу), тому відмова від маскулізмів на позначення жінок є прикладом того, як порушення усталених мовних норм може позитивно позначатися як на розвитку мови, так і на суспільстві загалом.

Оскільки для власного авторитету в молодіжному мовному середовищі треба володіти його лексикою, особливими мовними одиницями, було цікаво простежити використання / уникання молоддю фемінітивів у соціальних мережах. Для дослідження мовлення молоді ми обрали мережі («Телеграм», «Фейсбук месенджер», «Вайбер»), які призначені для обміну повідомленнями або в приватному листуванні, або в напівприватному, що відбувається переважно в письмовому вигляді, який є максимально наближеним до усного розмовного мовлення [Вірьовка, 72].

Н. Вірьовка проаналізувала діалоги молоді в групі телеграму, де доєднані мешканці гуртожитку одного з київських ЗВО. Більшість студентів із гуманітарної сфери, проте є й з технічної, комп'ютерної галузей. За спостереженнями, фемінітиви становлять невід'ємну частину мовного потоку значної частини учасників групи. Молодь активно використовує фемінітиви у своєму мовленні, наприклад:

- Привіт! Звертаюсь до філологів та *філологинь*;
- Цим відео ділилась *директорка* моєї школи, жостка жіночка;
- Шоу «Складна розмова» на «UA: Перший» оголошує конкурс!

Шукаємо свіжі ідеї від талановитої молоді. Приз – індивідуальний майстер-клас від Інни Борзило, ведучої Суспільного та виконавчої директорки громадської організації «Центр UA»;

- Спецл реквест від пані Надії, яка намагається виловити тебе серед філологинь, які вбігають в 11 гуртожиток з надією захватись від п'ятьми осіннього вечора;

- А щодо виїзду.. У мене мама *держслужбовиця*, вона соц. працівниця і у випадку бомбардування нашого міста без дозволу не зможе навіть покинути району..;

- Мене ще і на роботу персональною *асистенткою* взяли;

- *Доярки* між іншим норм так заробляють...Як і *швеї* чи *манікюрниці*. А ми досі вважаємо ці професії якимись не такими;

- Коли я у 8 класі вирішила стати *перекладачкою*, мене не попереджали, що це настільки легко і щоб я не позорилась, такою *слабачкою* не була;

- Решту часу ми писали модулі/тести з *аспіранткою*));

- У 17-ці краще усе погодити із *завідувачкою*;

- Ти писала заступниці *завідувачки*?;

- Привіт всім, може хтось допоможе. Ви знаєте якісь сайти, де можна розмістити, що ви *репетиторка* і щоб до вас записувались учні *you know* (із соціальних мереж) [Вірьовка, 61].

Аналіз наведених прикладів свідчить, що всі фемінітиви утворено відповідно до норм сучасної української мови, що вказує про достатній рівень мовної компетентності навіть у невимушеному, неофіційному спілкуванні. Крім того, простежується чітка зацікавленість студентської молоді у питанні доречності та важливості використання або уникнення цієї лексико-граматичної категорії. Значна частина висловлених думок підтримує активну заміну маскулізмів фемінітивами, про що свідчать і характерні коментарі в соціальних мережах на кшталт: «Користуватися іменниками чоловічого роду, щоб описувати всіх, — теж не вихід»; «А я люблю фемінітиви, до речі))))».

Також великий вплив на словотвірну фемінізацію чинить і політична арена. Після подій Помаранчевої революції у мові, а особливо в заголовках

газет та новин, масово з'явилися такі фемінітиви: народна депутатка, прем'єрка, а після Революції гідності, початку війни на Донбасі почалося масове поширення жіночого назовництва: *автомайданівка, адвокатка, амбасадорка, антикорупціонерка, волонтерка, держпосадовиця, держслужбовиця, доброволиця, євродепутатка, майданівка, переселенка, справедливиця, урядовиця, юристка*. Це зумовлено необхідністю жінок брати активну участь у громадському житті та зміною суспільної думки щодо важливості не тільки чоловічої праці, а й жіночої. В останні роки під час антитерористичної операції на сході України жінки почали протистояти ворогові на рівні з чоловіками, тому відбулося відчутне поповнення фемінної лексики такими новотворами: *бійчиня, атовка, атошниця, військовослужбовиця, танкістка, доброволиця* тощо. Від початку російськоукраїнської війни фіксуємо в мові ЗМІ, інтернет-джерелах, соціальних мережах ще більше фемінітивів на позначення жінок, які воюють на фронті, які постраждали від війни: *воїнка, бандерівка, націоналістка, біженка, переселенка*. Найбільш експресивними номінаціями вважаємо назви жінок з ворожого боку: *рашистка, ватниця, орчиха, кацапка, Ваниха*. Виникнення нових позначень жінок за кілька місяців після появи воєнних проблем вказує на узвичаєність фемінітивотворення та природність цього процесу в українському комунікативному просторі [Вірьовка, 49-50].

У сучасному цифровому просторі **Instagram** посідає важливе місце як одна з найпопулярніших платформ, що активно впливають на мовну поведінку користувачів. На відміну від традиційних медіа, де превалує нормативність і контроль редакційних стандартів, Instagram функціонує як відкрите середовище візуальної комунікації, у якому користувачі самостійно формують власні способи самопрезентації. У цьому контексті фемінітиви стають важливим елементом цифрової ідентичності та механізмом підкреслення професійної ролі жінок, що зумовлює їх широке поширення на платформі.

Однією з найхарактерніших ознак Instagram є акцент на персональному бренді, що посилює прагнення користувачок позначати власну діяльність фемінітивами. Найчастіше такі форми з'являються у коротких описах профілю (bio), де жінки визначають свою професійну чи діяльнісну належність через слова *фотографка, дизайнерка, тренерка, блогерка, художниця, підприємця* тощо. Використання фемінітивів у цьому випадку виконує не лише номінативну, а й соціально-прагматичну функцію, адже дозволяє підкреслити індивідуальність, сформувати професійний імідж і заявити про власну суб'єктність у цифровому середовищі.

Фемінітиви широко представлені і в основному контенті платформи — у підписах під фотографіями, сторіз, рекламних публікаціях, де вони позначають діяльність авторки або учасниць співпраці. Саме тут активно поширюються такі форми, як *психологиня, тренерка, майстриня манікюру, візажистка, контент-креаторка*, що стали типовими для Instagram як середовища малого бізнесу та блогерської діяльності. Через значну кількість профілів, пов'язаних із б'юті-індустрією, креативними професіями чи освітньо-психологічною сферою, фемінітиви стають нормою комунікації між клієнтками й авторками контенту, підсилюючи легітимність цих форм.

Важливою рисою Instagram є вплив *інфлюенсерок* – людина, думка якої має значення для певної аудиторії, які відіграють роль лідерок думок. Відомі *блогерки, письменниці, психологині, підприємці* або *експертки*, маючи великі аудиторії, задають мовні моделі, які згодом відтворюються їхніми підписницями. Повторюваність мовних форм, характерна для соціальних мереж, сприяє швидкому закріпленню фемінітивів у повсякденному мовленні. Комунікативний механізм «мовного копіювання» — наслідування мовних практик авторитетних або популярних осіб — дозволяє фемінітивам органічно входити в ужиток широких аудиторій.

Велике значення для поширення фемінітивів мають також алгоритмічні особливості Instagram. Пости, що активно взаємодіють з аудиторією через

лайки, коментарі чи поширення, потрапляють у рекомендації та стають видимими для ширшого кола користувачів. Якщо у таких дописах регулярно трапляються фемінітиви, вони автоматично повторно з'являються у стрічках, сприяючи формуванню звичного мовного середовища. Певну роль відіграють і хештеги на кшталт *#фотографка*, *#майстриня*, *#журналістка*, які збільшують охоплення постів та стимулюють їх подальше використання іншими авторками.

Instagram також сприяє появі нових фемінітивів, що відображають специфіку цифрових професій. Завдяки активному розвитку SMM, блогінгу, таргетингу, візуального сторітелінгу виникають такі форми, як *таргетологиня*, *сммниця*, *контент-мейкерка*, *фудстилістка*, *трел-блогерка*. Значна частина цих лексем довгий час не фіксувалася у словниках, проте стала повноцінною частиною мовної практики саме через популярність Instagram, який виступає генератором нових мовних тенденцій.

Однак варто зазначити, що поширення фемінітивів у цій мережі має й певні суперечності. Частина користувачів продовжує вживати чоловічі форми на позначення своєї професії, що створює мовну неоднорідність. Іноді зустрічається і коливання між варіантами, наприклад: *сммниця* / *смм-менеджерка* або *візажистка* / *мейкап-артистка*. Попри це, загальна тенденція очевидна: фемінітиви стають маркером сучасності, професійності та належності до актуальної мовної норми.

Отже, Instagram відіграє значну роль у популяризації фемінітивів, забезпечуючи їм широке поширення та закріплення у мовній практиці. Особливості алгоритмів, візуальна природа платформи, важливість персонального бренду та активність інфлюенсерок створюють сприятливі умови для активного функціонування та розвитку фемінітивів. Саме на цьому майданчику фемінітиви стають не лише мовною інновацією, а й інструментом соціальної видимості та самореалізації жінок у сучасному цифровому суспільстві.

На платформі **Threads** нині можна зафіксувати деякі приклади (див додаток А).

Аналіз коментарів користувачів соціальних мереж демонструє різнопланове ставлення молоді до фемінітивів, що відображає ширший суспільний дискурс довкола цього мовного явища. У першому випадку користувачка подає власні приклади фемінітивів («сантехнічка», «столярка», «шахтарка», «лісорубка», «сталеварка»), які утворено відповідно до словотвірних норм сучасної української мови. Це засвідчує активну участь молоді у практичному творенні та поширенні нових лексичних одиниць, а також готовність застосовувати фемінітиви в неофіційному повсякденному мовленні.

Цей фрагмент демонструє критичне ставлення користувача до усталених способів творення фемінітивів. Він висловлює переконання, що жіночі номінації мають утворюватися не від маскулізмів, а від базових слів іншої семантичної категорії («історія → істориня»), що суперечить системі словотвору української мови. Такі висловлювання відображають недостатню обізнаність із реальними мовними нормами, але водночас ілюструють активне бажання молоді осмислити механізми творення фемінітивів.

Третій коментар демонструє відверто негативну реакцію на фемінітиви, що супроводжується емоційною оцінкою («Як же мене дратують ці фемінітиви!!!»). Подібні висловлювання свідчать про наявність у частини користувачів стійкого неприйняття нових форм, яке може бути зумовлене звичкою до традиційних номінацій або відчуттям надмірної «штучності» деяких фемінітивів.

Загалом наведені приклади демонструють широкий спектр ставлень — від повного схвалення та креативного використання до нерозуміння або відторгнення. Це підкреслює, що в молодіжному мовному середовищі фемінітиви залишаються не лише засобом найменування, а й соціально-

маркованим явищем, яке відображає цінності, мовні звички та рівень сформованості гендерної чутливості користувачів.

Отож, у XXI столітті соціальні мережі виступають потужним чинником формування мовних норм та поширення мовних інновацій, зокрема фемінітивів. Аналіз комунікації молоді в мережах «Телеграм», «Фейсбук», «Вайбер», «Threads» показує, що фемінітиви активно використовуються в повсякденному письмовому спілкуванні, відображаючи динамічність, креативність і відкритість молодіжного мовлення до нових форм. Молодь прагне дистанціюватися від традиційних мовних норм дорослого середовища, демонструючи протестну позицію щодо стереотипів та мовних обмежень.

Фемінітиви виконують важливу соціальну функцію: вони підвищують видимість жінок у мовленні, сприяють подоланню гендерної нерівності та формуванню більш чутливої мовної поведінки. Навіть у неофіційних комунікативних просторах більшість студентів активно застосовує фемінітиви відповідно до сучасних словотвірних норм, що свідчить про достатній рівень мовної компетентності.

Водночас спостерігається різноманіття ставлень до фемінітивів: від активного використання та підтримки до критики й неприйняття, що відображає ширший соціальний дискурс і рівень гендерної чутливості молоді. Таким чином, соціальні мережі не лише сприяють поширенню нових мовних форм, а й стають простором для соціально-мовного експерименту, де фемінітиви набувають значущості як мовне, соціальне та культурне явище.

## **2.2. Відповідність способів творення фемінітивів, засвідчених у мові сучасних соціальних мереж, нормативним вимогам української мови**

Проблема відповідності фемінітивів нормативним вимогам української мови набуває особливої актуальності в умовах інтенсивного оновлення сучасного лексикону та розширення сфер уживання гендерно маркованих

назв. Утворення номінацій на позначення осіб жіночої статі виявляє показовий стан словотвірної системи мови та її здатність оперативно реагувати на сучасні соціальні запити, пов'язані з репрезентацією жінок у професійній, суспільній та комунікативній сферах. У цьому контексті особливого значення набуває питання відповідності нових або відновлених фемінітивів чинним мовним нормам. Нормативна база української мови спирається на усталені словотвірні моделі, що визначають структурні та морфологічні параметри творення назв жінок за професією, видом діяльності чи соціальним статусом і забезпечують послідовність розвитку відповідної лексико-словотвірної підсистеми.

Водночас аналіз реального мовного вжитку засвідчує наявність значно ширшої й різномірної системи форм, ніж це передбачено чинною кодифікацією. Поряд із традиційними й усталеними моделями активно функціонують інноваційні словотвірні утворення, поява яких зумовлена впливом соціальних мереж, комунікативною практикою молодіжного середовища та міжмовними контактами. Частина таких форм цілком узгоджується з морфологічними нормами української мови, органічно інтегруючись у її словотвірну систему, тоді як інші демонструють відхилення від кодифікованих моделей або утворюють зону непостійності, де можливі кілька рівноправних варіантів. Це спричиняє виникнення окремого шару варіативних фемінітивів, які активно функціонують у мовленні, проте ще не отримали усталеного нормативного статусу. За таких умов актуалізується потреба в поглибленому науковому описі нових словотвірних тенденцій та уточненні їхнього місця в сучасній нормативній парадигмі української мови.

Більшість фемінітивів, які активно використовуються в сучасному мовленні, включно з цифровим середовищем та соцмережами, повністю відповідають чинним словотвірним нормам української мови. Зокрема, форми з продуктивним суфіксом -к(а) та -иця / -ниця вже закріплені у словниках та правописних рекомендаціях і широко застосовуються для

позначення жінок за професією чи соціальною роллю. До таких нормативних прикладів належать дизайнерка, ілюстраторка, вишивальниця, директорка, журналістка, поетеса, вчителька, учасниця, художниця, виховательниця, авторка, редакторка, лікарка, інженерка та інші. Ці форми не лише відповідають структурі українського словотвору, а й зберігають семантичну прозорість, чітко передаючи професійну чи соціальну роль особи жіночої статі. Їхня регулярність та продуктивність свідчать про стабільність словотвірної системи, яка здатна адаптуватися до сучасних потреб мови, не втрачаючи узгодженості з нормативними моделями. Водночас широке використання таких фемінітивів у різних комунікативних сферах, включно з блогами, публічними дописами та професійними платформами, демонструє їхню актуальність і сприйняття мовцями як природних та коректних форм. Це підтверджує, що традиційні словотвірні суфікси залишаються основою для творення фемінітивів, забезпечуючи мовну узгодженість і легкість розпізнавання нових назв осіб жіночої статі.

Поряд із нормативними фемінітивами у сучасному мовленні, особливо в соціальних мережах та медіапросторі, активно функціонують форми, які не повністю відповідають усталеним словотвірним нормам української мови. До таких експериментальних або ненормативних утворень належать, зокрема, *ювеліркиня* замість нормативної *ювелірка*, *фотографиня* замість *фотографка*, *адвокатеса* замість *адвокатка*, *директриса* замість *директорка*, *психологша* замість *психологиня*, *продавщиця* замість *продавчиня*, *блогериця* замість *блогерка*. Поява цих форм зумовлена різними чинниками: впливом інших мовних систем (передусім польської, німецької та російської), прагненням мовців надати висловлюванню додаткового стилістичного ефекту, а також природною тенденцією до словотвірного експериментування у вільних комунікативних умовах.

Характерною рисою таких утворень є їхня неповна відповідність традиційним українським словотвірним моделям. Частина нестандартних

форм утворена шляхом використання суфіксів (-иня, -еса, -иця, -ша), які не є продуктивними для сучасної української мови або реалізовані в позиціях, що суперечать чинним словотвірним правилам. Наприклад, форма директриса поєднує латинську основу з непродуктивним суфіксом, що створює відчутну стилістичну маркованість; психологша спирається на суфікс, відсутній у нормативних джерелах; ювеліркиня та фотографиня демонструють розширення вживання суфікса -иня, який традиційно має обмежену сферу застосування й не завжди сприймається як природний щодо іншомовних основ.

Попри те що подібні утворення використовуються у публічному мовленні, їх зазвичай кваліфікують як периферійні або небажані для офіційних і нормативних текстів. Разом із тим вони відображають динаміку мовного розвитку та прагнення мовців до вироблення нових номінацій, здатних точніше репрезентувати професійну чи соціальну роль жінок. Широке побутування таких форм у соціальних мережах, блогах та електронних медіа свідчить про активне експериментування в межах узусу та можливе формування нових лексико-словотвірних тенденцій, які в подальшому можуть отримати часткову або повну кодифікацію.

Таким чином, аналіз сучасного словотвірного вживання фемінітивів засвідчує наявність чіткої градації між нормативними, варіативними та експериментальними формами. Більшість фемінітивів, що активно використовуються в мовленні, відповідають встановленим словотвірним моделям і є семантично прозорими, що забезпечує їхнє природне сприйняття та узгодженість із нормативними правилами. Водночас існує значна група форм, які, хоча й не повністю нормативні, виконують комунікативну функцію і відображають прагнення мовців адаптувати мову до нових соціальних реалій та цифрового середовища. Наявність таких експериментальних форм підкреслює динамічний характер українського словотвору, його здатність до продуктивного розвитку та гнучкого

реагування на соціальні потреби. Загалом сучасна практика творення фемінітивів демонструє, що словотвірна система залишається стабільною, але водночас відкритою для інновацій, що можуть з часом увійти до нормативної парадигми.

### **2.3. Рекомендації щодо використання фемінітивів у науковому та публіцистичному стилях української мови**

Відомо, що мовна політика, орієнтована не на регулювання мовної ситуації, а на втручання у внутрішню структуру мови, має обмежені можливості впливу й може реалізовуватися лише в окремих сегментах мовної системи. На лексичному рівні такі впливи найчастіше стосуються унормування термінології або визначення ставлення до іншомовних запозичень — їхнього закріплення в лексичному фонді чи, навпаки, вилучення через невідповідність системним вимогам. Одним із найбільш показових сучасних прикладів відкритого й цілеспрямованого впливу суспільства на лексичний розвиток є рекомендації щодо творення та використання фемінітивів — назв жінок, які становлять паралель до відповідних маскулінів і позначають професію, соціальний статус, національність, місце походження та інші соціально значущі характеристики. Зростання уваги до цих форм засвідчує здатність мовної політики реагувати на актуальні соціокультурні процеси й сприяти кодифікації мовних явищ, що активно функціонують у реальному мовленні.

*На думку Б. Ажнюка, сьогодні «відбувається помітне розширення сфери функціонування форм жіночого роду іменників на позначення професій, посад тощо. Донедавна вони сприймалися здебільшого як елементи просторіччя та побутового мовлення (директорка, менеджерка), проте останнім часом форми на зразок лідерка, конгресменка, прем'єрка дедалі активніше вживаються в засобах масової інформації й поступово втрачають маргінально-просторічне забарвлення» [1].*

Так, популяризація фемінітивів є метою «Підручника для медій» [17]. І якщо рекомендація щодо вживання фемінітивів загальна й однозначна (категоричне «так, фемінітиви слід вживати!»), то рекомендації щодо їх творення стосуються цілком конкретних випадків. І ці рекомендації можуть бути як експліцитними, так і прихованими. Характерною рекомендацією першого типу є висловлена майже десять років тому думка проф. О. Пономаріва: „Продавчиня” звучить набагато краще, ніж „продавщиця”. Порівняймо: „кравчиня” від „кравець”, як „продавчиня” від „продавець”. „Фотографиня” – незвично, але відповідає законам українського словотвору, і до цього слова можна звикнути”. Латентні ж рекомендації щодо вживання фемінітивів полягають у самій їхній репрезентованості у тексті.

Найпродуктивнішим фемінітивним суфіксом в українській мові, як свідчить матеріал інверсійного словника, є суфікс -к/а: у такому значенні він представлений майже в 1170 словах [27, с. 13–50], дещо поступається йому суфікс -иц/я, у фемінітивному значенні зафіксований близько 770 разів [27, с. 731–740]. А от фемінітивів з суфіксом -ин/я в зафіксовано лише 23: рабиня, берегиня, богиня, герцогиня, ерцгерцогиня, княгиня, слугиня, другиня, газдиня, господиня, грекиня, бойкиня, своякиня, государиня, майстриня, бояриня, графиня, маркграфиня, монахиня, кравчиня, героїня, шахиня, шахиншахиня [27, с. 604–605].

У сучасних публіцистичних текстах все частішими стають деривати із суфіксами - **(н)иц-я**, -**(к)ин-я**. На користь активізації таких словотвірних типів «працюють» такі важливі фактори, як: 1) у структурному плані – регулярність творення незалежно від кінцевого характеру твірної основи; 2) у стилістичному плані – відсутність у них конотацій розмовності, для типу на - **(к)ин-я**, крім того, ще й, з одного боку, наявність певної стилістичної піднесеності (пор. також героїня), а з іншого, – значно менша продуктивність його в сучасній російській мові, але помітна представленість у мовній практиці діаспори [59, с. 11]. Під час проведення аналізу українських текстів

публіцистичного стилю виявлено такі моційні деривати із цими суфіксами: 1) **-(н)иц-я**: винахідниця, вишивальниця, гонщиця, дослідниця, засновниця, заступниця, керівниця, нападниця, науковиця, очільниця тощо; 2) **-(к)ин-я**: біологиня, видавчиня, генералиня, кравчиня, драматургиня, етнологиня, культурологиня, політикиня, соціологиня, хірургиня й т. ін. Окрім цих дериватів трапляються деривати із суфіксом **-ес-а**: адвокатеса, гідеса, пілотеса, поетеса й ін. Крім того, в українській періодиці були знайдені деривати із суфіксом **-к-а** – попри те, що вони можуть мати конотацію розмовності. Ось їхні приклади: авторка, адміністраторка, акордеоністка, бухгалтерка, ветеранка, володарка, диригентка, діячка, завідувачка, капітанка й под. Активізація вживання суфіксальних фемінітивів спостерігається також за позначення неживих понять (хоча подібні випадки досі не мають системного впорядкування в граматиках і стилістиках української мови) [59]: Дитяче Євробачення – це щорічний міжнародний конкурс для дітей до 15 років, у якому беруть участь країни-членкині Європейської мовної спілки ([www.hromadske.ua](http://www.hromadske.ua), 09.07.2018).

На окрему увагу заслуговує використання в інтернет-спілкуванні прикладкових конструкцій типу жінка-ілюстраторка, жінка-науковиця. У наведених прикладах використання моделі «означуваний іменник + неузгоджене означення» є невиправданим, адже прикладка вже містить указівку на стать. Такі конструкції зазвичай використовують як синоніми фемінітивів (жінка-професор=професорка, жінка-ректор=ректорка тощо), фіксуємо їх також у словниках (жінка-езотерик, жінка-автор, жінка-редактор, жінка-зоолог, жінка-психіатр тощо) як спосіб тлумачення відповідних фемінітивів [58, с. 237–238].

Таким чином, уживання фемінативів у сучасних ЗМІ демонструє впровадження активного вживання спеціальних номінацій жінок з метою зменшення асиметричності гендерних номінацій людини. Мовознавиця Олена Синчак зазначає, що у світі мовне планування робиться державними

механізмами. Але поки що у нас навряд чи можуть відбуватися якісь мовні зміни на законодавчому рівні. Зараз медіа є тією силою і потугою, що запускає багато мовотворчих процесів. І було б добре, якби медіа самі усвідомлювали свою вагу у цьому процесі. Важливо шукати, знаходити і користуватися гендерно чутливою мовою [68].

Зміни мови спочатку відбуваються у публіцистиці, вона найоперативніше реагує на мовні зміни в суспільстві. У мові ЗМІ зафіксовано приклади, коли в процесі активного функціонування, інтенсивного «розкручування» в мові мас-медіа деякі з фемінітивів здатні поступово втрачати відтінок розмовності і ставати нейтральними (плавчиня, борчиня, членкиня), проникаючи в усі різновиди української мови, навіть ставати надбанням офіційно-ділового і наукового стилів.

Фемінітиви в сучасній українській мові відіграють важливу роль у формуванні гендерно чутливої комунікації та підвищенні видимості жінок у професійній, соціальній та науковій сферах. Використання фемінітивів у різних стилях мови потребує дотримання певних правил і рекомендацій.

З-поміж усіх функціональних стилів української мови в науковому та особливо в офіційно-діловому суворо дотримуються мовних норм і способу викладу матеріалу. Мовні засоби цих стилів забезпечують чітку послідовність думок, логічність, точність і зрозумілість. Для наукового стилю велике значення має однозначність вживання слів, використання наукових термінів, стійких термінологічних словосполучень. Для офіційно-ділового стилю особливо характерне використання слів лише у прямому значенні, важливі офіційний характер і дотримання культури ділової комунікації в усній та писемній формах літературної мови. Фемінізація назв посад, видів діяльності, професій тощо у науковому та діловому стилях, де діють строго регламентовані норми, потребує сьогодні особливої уваги [Печев].

Від часу затвердження нової редакції українського правопису Кабінетом Міністрів України 22 травня 2019 року (Український правопис, 2019) серед мовознавців з'явилася гостра дискусія щодо використання неофемінітивів у сучасній українській мові. Частина науковців відстоює традиційні форми фемінітивів, тоді як інші висловлюють критичне ставлення до запровадження нових словотворів. У зв'язку з цим почали з'являтися невеликі словнички фемінітивів, які поки що не охоплюють повністю мовну практику й мають низький рівень упорядкування. Серед проблем, що виникають при їхньому використанні, — омонімія новостворених форм із уже існуючими словами, що мають усталене значення. Так, наприклад, у словнику фемінітивів інформаційно-освітнього ресурсу «Gendergid» наведено форму «Духівник — Духівниця» (Словник фемінітивів). Водночас у «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» ці слова мають такі значення: «Духівник, а, ч. — священик, у якого хто-небудь постійно сповідається» та «Духівниця, і, ж., заст. — заповіт про спадщину» (Бусел, 2005, с. 333) [Печев]. Така ситуація свідчить про потребу подальшого *наукового* узгодження норм фемінітивів та їхнього системного впровадження у сучасну українську мову.

Слід зазначити, що в розмовному, художньому та публіцистичному стилях уживання неофемінітивів для позначення жінки за її професією чи видом діяльності, попри певний спротив окремих представників суспільства, загалом не створює проблемних ситуацій. Навпаки, воно розглядається як прояв індивідуальної мовної свободи та спосіб реалізації особистісних світоглядних установок. Набагато складнішою є ситуація з уживанням неофемінітивів в офіційно-діловому та науковому стилях.

Фемінітиви в сучасній українській мові відіграють важливу роль у формуванні гендерно чутливої комунікації та підвищенні видимості жінок у професійній, соціальній та науковій сферах. Використання фемінітивів у різних стилях мови потребує дотримання певних правил і рекомендацій.

У науковому стилі фемінітиви доцільно застосовувати для позначення професій, посад та наукових спеціальностей жінок, коли це необхідно для точності та коректності тексту (наприклад, «дослідниця», «лекторка», «науковиця»). Водночас слід уникати надмірного навантаження фемінітивами в тих випадках, коли це може ускладнити сприйняття академічного тексту або порушити нейтральність викладу. Узгодженість використання фемінітивів у тексті є обов'язковою: однаково застосована форма має зберігатися в усіх подальших згадках. При цьому рекомендується дотримуватися норм сучасного словотвору, використовуючи загальноприйняті суфікси (-к-, -иця, -иня).

У публіцистичному стилі фемінітиви слід активно застосовувати для підвищення видимості жінок у суспільстві та професійній сфері, зокрема в заголовках, підзаголовках, інтерв'ю та матеріалах соціальних медіа (наприклад, «журналістка», «керівниця», «політикиня», «лікарка»). У публіцистиці допускається використання креативних та новотвірних форм за умови, що вони зрозумілі аудиторії та відповідають словотвірним нормам мови. При цьому важливо враховувати контекст і аудиторію, оскільки фемінітиви сприяють формуванню толерантного ставлення до жінок і подоланню мовного сексизму.

Загальні рекомендації для наукового та публіцистичного стилів передбачають обов'язкове дотримання граматичних і словотвірних норм, послідовність у вживанні фемінітивів та їхню стилістичну доречність у межах тексту. Важливо не лише правильно утворювати назви осіб жіночої статі, а й забезпечувати узгодженість форм у всьому тексті: якщо використовується певна модель (наприклад, редакторка, науковиця), її слід дотримуватися впродовж викладу, уникати змішування із застарілими, рідковживаними або регіональними формами, що може знижувати ясність і професіоналізм тексту. Уживання фемінітивів має бути свідомим і виваженим: вони слугують засобом підвищення гендерної чутливості мови,

підкреслюють рівність і належну увагу до жіночих соціальних ролей, проте не повинні механічно замінювати всі маскулінітиви, особливо коли цього не потребує зміст, жанр чи стилістична специфіка тексту.

Коректне та аргументоване використання фемінітивів забезпечує не лише відповідність мовним нормам, а й сприяє формуванню сучасного, інклюзивного й соціально відповідального комунікативного середовища. Воно демонструє уважне ставлення автора до мовної культури, підсилює точність, прозорість і зрозумілість професійної та суспільної комунікації, а також дозволяє уникати неоднозначностей і стилістичних дисонансів. Крім того, послідовне і доречне вживання фемінітивів сприяє формуванню лексичного стандарту та підтримує розвиток мовної традиції, демонструючи, що сучасна українська мова здатна адекватно відображати соціальні реалії та потреби різних груп населення.

## РОЗДІЛ 3. СПРИЙНЯТТЯ ФЕМІНІТИВІВ МОЛОДІЮ В РІЗНИХ СТИЛЯХ СУЧАСНОГО МОВЛЕННЯ

### 3.1. Аргументи «за» і «проти» фемінітивів

У сучасному суспільстві ставлення до фемінітивів залишається неоднозначним: одні мовці категорично заперечують їхнє використання, вважаючи нові форми неприродними або надмірними, тоді як інші наполягають на необхідності їхнього широкого впровадження як засобу мовної рівності. Посилення дискусії щодо доречності фемінітивів відбулося у травні 2019 року після ухвалення оновленого правопису, який офіційно закріпив рекомендації щодо творення та використання назв осіб жіночої статі. Правописна комісія не лише підтримала розширення їхнього ужитку, а й зазначила важливість нормалізації фемінітивів у різних сферах мовлення — від розмовного й публіцистичного до наукового, офіційно-ділового та художнього стилів [Укр правопис].

Додатково варто врахувати, що впровадження фемінітивів пов'язане не лише з мовними традиціями, а й із суспільними змінами, зокрема з актуалізацією теми гендерної рівності та видимості жінок у професійних сферах. Саме тому використання фемінітивів сьогодні дедалі частіше розглядається як показник мовної модернізації та адаптації української мови до нових соціокультурних реалій.

Одним із найпоширеніших заперечень щодо використання фемінітивів є твердження про їхнє «незвичне» або «штучне» звучання. Справді, ця думка має підґрунтя, адже особливості словотвору та застосування певних суфіксів можуть створювати враження новизни або навіть дисонансу. Проте основною причиною такого сприйняття є те, що впродовж тривалого часу фемінітиви фактично не функціонували в офіційному мовленні та документах, де традиційно застосовували іменники чоловічого роду для позначення жінок. У

результаті багато форм просто не мали можливості «прирости» до мовної практики та стати звичними.

Водночас у медійному просторі фемінітиви з'являються дедалі частіше, що сприяє їхньому поступовому засвоєнню та сприйняттю як природних. Досвід свідчить: слова перестають видаватися чужорідними тоді, коли входять у регулярний ужиток. Деякі форми вже давно стали нормою настільки, що варіанти з іменниками чоловічого роду в контексті жінок звучать навіть неприродно — навряд чи хтось серйозно скаже «студент Ковальська», «ведучий Лідія Таран» або «письменник Оксана Забужко». Ці приклади показують, що фемінітиви — не новація й не лінгвістичний експеримент, а повноцінна частина мовної системи.

Ще одним чинником, який посилює інтерес до фемінітивів, є їхня символічна функція. Для багатьох мовців вони стають засобом — інколи свідомим, інколи ні — дистанціювання від російськомовного тоталітарного дискурсу. У російській мові фемінітиви менш продуктивні, а її історичний розвиток відбувався в умовах жорсткої ієрархічності та патріархальності. Українська ж тривалий час зазнавала впливів російської мовної норми, що обмежувало її внутрішні словотвірні можливості. Тепер, у період суспільних змін та переосмислення ідентичності, потреба відмежуватися від радянських і пострадянських практик активно формує мовні тенденції, серед яких важливе місце займає повернення та зміцнення фемінітивів.

Фемінітиви виконують також суто прагматичну функцію, адже дають змогу точніше передати зміст висловлювання — як у позитивному, так і в негативному значенні. У нейтрально-позитивному контексті вони дозволяють чітко позначити, що певну роль, посаду чи професійну діяльність виконує жінка, підкреслюючи її видимість та значущість у суспільстві. Водночас у деяких ситуаціях фемінітиви можуть надавати висловлюванню негативного чи зневажливого забарвлення, однак частотність такого вживання поступово зменшується.

Важливо враховувати й намір мовця: чи людина прагне правильно застосувати фемінітив, чи свідомо надає йому принизливого відтінку. Історично значна кількість професійних та статусних назв була закріплена у формі чоловічого роду, оскільки жінки тривалий час були відсторонені від суспільної та професійної діяльності. Сучасні соціальні зміни актуалізували потребу в мовних засобах для позначення жінок у різних сферах, тому мовці природно експериментують зі словотворенням — і не всі форми відразу виявляються вдалими.

Українська мова відзначається високою словотвірною гнучкістю, тож дає змогу уникати конфліктних або небажаних форм. Наприклад, замість суфікса *-ичк-*, який може мати фамільярний чи зневажливий відтінок (**фізичка, біологічка**), можна скористатися нейтральними варіантами на кшталт «фахівчиня/спеціалістка з біоенергетики». Іноді доречним є використання іншомовних форм — наприклад, *«амбасадорка»* замість неприродного *«посолка»*. Чим ширше фемінітиви входять у мовну практику, тим більше усталених і вдалих моделей словотворення формується.

Урядова Уповноважена з питань гендерної політики, докторка юридичних наук Катерина Левченко в книзі "Гендерне тяжіння" пише про звичку і страх перед фемінітивами як про страх перед "реальною участю жінок в управлінні державою" [22]. Мова відіграє важливу роль у формуванні нашого уявлення про реальність. Тому спротив використанню фемінітивів, особливо, коли йдеться про позначення професій жінок, можна розглядати як прояв патріархального мислення та небажання визнавати рівність жінок і чоловіків на практиці. У багатьох демократичних країнах Заходу — зокрема в англійській, французькій, німецькій та інших мовах — фемінітиви або гендерно нейтральні форми давно стали частиною мовної норми. Їхнє застосування відображає принцип рівних прав і можливостей та слугує мовним маркером відкритого, плюралістичного суспільства.

Таким чином, можна стверджувати, що фемінітиви — це не просто мовне нововведення, а важливий засіб соціальної й культурної трансформації. Вони допомагають наочно відобразити реальність, де жінки активно працюють у професіях, займають керівні посади, відтак — несуть відповідальність і мають значущу роль у суспільному житті. Знецінювання фемінітивів або їхнє заперечення часто свідчить не про «незручність звучання», а про небажання визнати рівність і присутність жінки у сфері, яка традиційно вважається «чоловічою». Фемінітиви — це також спосіб усвідомлено відокремитися від патріархальних та імперських мовних патернів і створити сучасну, інклюзивну мовну практику. Разом із тим, важливо, щоб творення та вживання фемінітивів відбувалося свідомо, відповідно до мовних норм і естетичних принципів, — так, як пропонують нейтральні або професійно витримані варіанти (наприклад, «фахівчиня», «спеціалістка», «амбасадорка»). З часом — через часте вживання, адаптацію та розмовну звичку — «жіночі» назви професій здобувають природність, і мова стає більш відкритою, сучасною й справедливою.

### **3.2. Сприйняття фемінітивів українською молоддю в різних стилях мовлення (за результатами соціолінгвістичного опитування)**

Щоб надати максимально детальний опис фемінітивів, необхідно врахувати ставлення молоді до цієї групи слів. Позамовні чинники, пов'язані зі змінами в суспільному житті, соціальними ідеологіями та культурними тенденціями, впливають на формування словникового складу мови та її стилістичну диференціацію. Варто зазначити, що вплив цих чинників на різні мови може бути неоднаковим.

З метою виявлення відмінностей у сприйнятті фемінітивів у різних стилях мовлення серед української молоді, у жовтні 2025 року було проведене соціологічне дослідження методом анкетування в **Google Forms**. Респондентам запропонували 4 основні запитання, відповіді на які дали

змогу з'ясувати ставлення молоді до фемінітивів у розмовному, публіцистичному та офіційно-діловому стилях, а також визначити їхні уподобання щодо способів творення фемінітивів. Додаткові питання дозволили класифікувати респондентів за віком та статтю. Загалом отримано 70 відповідей: 28 від чоловіків та 42 від жінок віком від 20 до 25 років.

Аналіз отриманих відповідей на перше запитання засвідчує загалом позитивне ставлення респондентів до вживання фемінітивів у повсякденному спілкуванні. Переважна більшість опитаних — 55,7% повністю підтримують використання таких форм, тобто активно застосовують їх у мовленні й вважають за доцільне поширювати фемінітиви в сучасній українській мові. Ще 30% респондентів обрали варіант «швидше підтримую», що свідчить про схильність до прийняття цих форм і готовність вживати їх, хоча, можливо, не настільки регулярно або послідовно, як перша група. Частка нейтральних відповідей становить 12,9%, що свідчить про певну обережність або відсутність чітко вираженого ставлення до проблеми. Ймовірно, ці респонденти уживають фемінітиви лише в окремих випадках або обмежуються вже вкоріненими формами, не прагнучи активно розширювати їх у мовленні. Негативне ставлення до фемінітивів виявилось практично незначним: 1,4% респондентів обрали варіант «швидше не підтримую», а категоричних заперечень («зовсім не підтримую») не зафіксовано зовсім. Це свідчить про те, що соціальні або мовні бар'єри щодо вживання фемінітивів сьогодні майже відсутні серед опитаних, а явного неприйняття цих форм не спостерігається.

Таким чином, отримані дані дозволяють стверджувати, що фемінітиви сприймаються більшістю респондентів як нормальна та бажана складова сучасного мовлення, і їхнє використання у щоденному спілкуванні є актуальним та природним. Відсоткове співвідношення відповідей можна наочно подати у вигляді секторної діаграми, що наочно відображає перевагу позитивного ставлення над нейтральними та негативними оцінками.

Відсоткове співвідношення відповідей можна подати у вигляді такої секторної діаграми:

70 відповідей

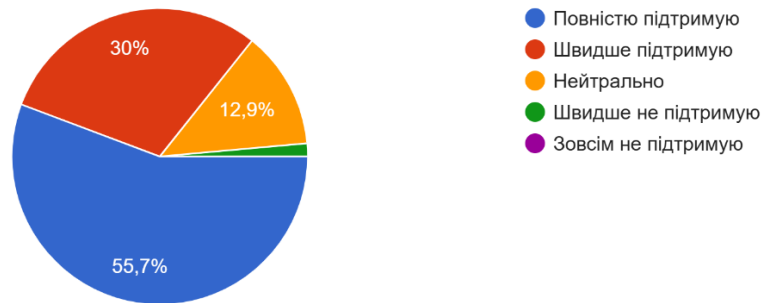


Рис.1. Як Ви ставитеся до застосування фемінітивів у щоденному спілкуванні?

Аналіз відповідей на друге запитання свідчить про позитивне сприйняття використання фемінітивів у ЗМІ та офіційних документах. Переважна більшість респондентів: 57,1% — висловили позицію «повністю підтримую», тобто активно схвалюють їхнє застосування в медіа та офіційних текстах і вважають це необхідним для відображення сучасних мовних норм. Ще 25,7% опитаних обрали варіант «швидше підтримую», що свідчить про загальну прихильність до вживання фемінітивів, хоча деякі респонденти можуть застосовувати їх не так послідовно або в обмеженому обсязі. Нейтральну позицію висловили 14,3% респондентів, що вказує на відсутність чіткої думки щодо доцільності їхнього використання в офіційних джерелах. Можливо, ці учасники вважають, що фемінітиви є доречними лише в певних контекстах або обмежуються вже усталеними формами. Негативне ставлення до використання фемінітивів в офіційних документах виявилось мінімальним — 2,9% респондентів висловили «швидше не підтримую», а категоричне заперечення не зафіксоване.

Отже, результати демонструють, що більшість опитаних сприймають фемінітиви як доречну та сучасну мовну практику у медіа та офіційних документах, що відповідає тенденціям гендерної рівності та відображенню сучасних мовних норм. Візуально це можна представити у вигляді секторної

діаграми, яка відображає перевагу позитивного ставлення над нейтральними та негативними оцінками.

Відсоткове співвідношення відповідей можна подати у вигляді такої секторної діаграми:

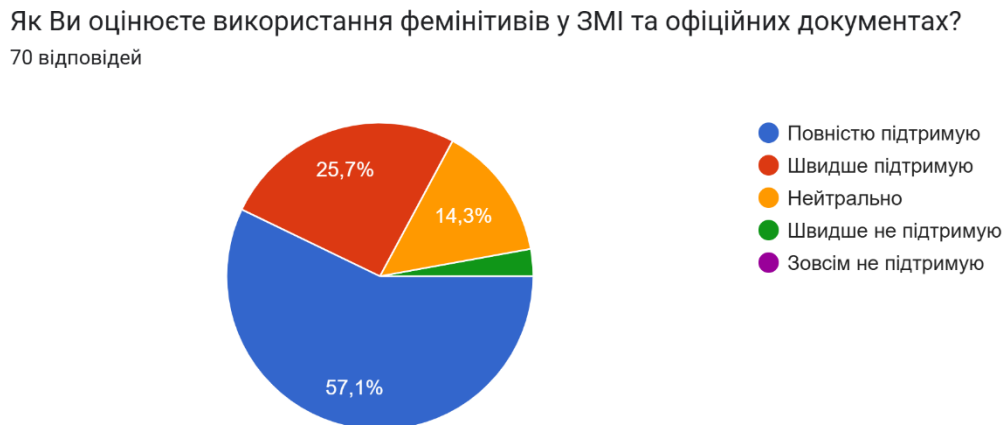


Рис 2. Як Ви оцінюєте використання фемінітивів у ЗМІ та офіційних документах?

Результати опитування щодо частоти зустрічі фемінітивів у соціальних мережах свідчать про помірне поширення цих мовних форм у цифровому середовищі. Лише 28,6% респондентів зазначили, що вони зустрічають фемінітиви дуже часто, тобто ці форми стають помітними у спілкуванні в мережах, але не є домінуючими. Найбільша частка учасників — 51,4% — відповіла «не дуже часто», що свідчить про періодичне, ситуативне вживання фемінітивів; вони трапляються в текстах, але не завжди активно застосовуються користувачами. Нейтральне або рідкісне використання відзначили 12,9% респондентів («рідко») та 7,1% («дуже рідко»). Відсутність категорії «важко відповісти» серед опитаних свідчить про те, що респонденти здатні оцінити явище та помітити його прояви у соціальних мережах.

Можна зробити висновок, що фемінітиви присутні у мовленні в соцмережах, але їхня активність у значній мірі залежить від конкретного контексту, платформи та аудиторії. Візуалізація у вигляді секторної діаграми

дозволяє наочно відобразити переважання помірнього поширення над частим та рідкісним використанням.

Відсоткове співвідношення відповідей можна подати у вигляді такої секторної діаграми:

70 відповідей

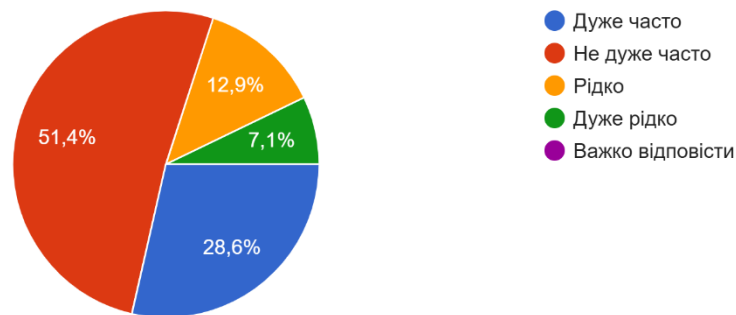


Рис.3. Як часто Вам трапляються фемінитиви в соціальних мережах?

Результати опитування щодо частоти вживання фемінитивів у розмовах серед друзів або знайомих свідчать про помірне поширення цих форм у повсякденному спілкуванні. 31,4% респондентів зазначили, що чують фемінитиви дуже часто, що свідчить про наявність активного використання цих форм у певних соціальних колах. Найбільша частка учасників — 44,3% — обрали варіант «не дуже часто», тобто фемінитиви зустрічаються у розмовах, але не є постійним елементом мовлення. Рідке використання зафіксовано у 12,9% респондентів («рідко») та 8,6% («дуже рідко»), тоді як 2,9% опитаних не змогли однозначно відповісти на питання, що свідчить про деяку невизначеність у сприйнятті явища серед невеликої частини аудиторії.

Таким чином, можна стверджувати, що фемінитиви з'являються у розмовній мові, але рівень їхнього поширення варіюється залежно від конкретного соціального середовища та мовних звичок співрозмовників. Секторна діаграма дозволяє наочно продемонструвати переважання помірнього використання фемінитивів над частим і рідкісним.

Відсоткове співвідношення відповідей можна подати у вигляді такої секторної діаграми:

Як часто Ви чуєте фемінитиви у розмовах серед друзів або знайомих?  
70 відповідей

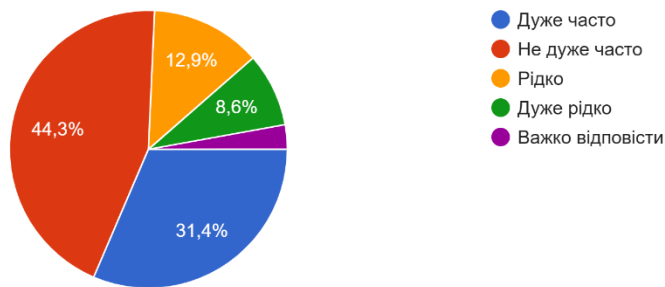


Рис 4. Як часто Ви чуєте фемінитиви у розмовах серед друзів або знайомих?

Аналіз відповідей на запитання про те, чи повинні фемінитиви стати нормою сучасної української мови, свідчить про явну позитивну позицію більшості респондентів. Переважна частка — 72,9% — відповіла «так», тобто висловлює чітку підтримку і вважає, що фемінитиви мають стати загальноприйнятими формами в сучасній мові. Ще 21,4% респондентів обрали варіант «скоріше так», що також свідчить про прихильність до цієї мовної практики, хоча з деякою обережністю або меншою послідовністю у застосуванні. Негативне ставлення висловили лише 2,9% респондентів («скоріше ні»), тоді як категоричних заперечень («ні») не зафіксовано. Крім того, 2,9% опитаних не змогли визначитися з відповіддю, що може свідчити про певну невизначеність або недостатнє розуміння мовного явища серед невеликої частини аудиторії.

Таким чином, результати демонструють, що більшість респондентів підтримують ідею включення фемінитивів до норм сучасної української мови, що свідчить про поступову мовну адаптацію до гендерно нейтральних або жіночих форм. Візуалізація у вигляді секторної діаграми дозволяє наочно показати перевагу позитивного ставлення над нейтральними та негативними оцінками.

Відсоткове співвідношення відповідей можна подати у вигляді такої секторної діаграми:

Чи вважаєте Ви, що фемінітиви повинні бути нормою сучасної української мови?  
70 відповідей

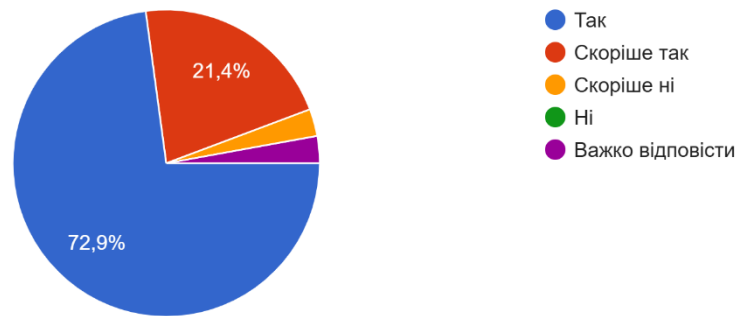


Рис 5. Чи вважаєте Ви, що фемінітиви повинні бути нормою сучасної української мови?

Аналіз результатів опитування щодо того, які фемінітиви респонденти вважають природними та доречними, демонструє високу ступінь їхньої інтеграції у сучасну українську мову. Очевидно, що респонденти найактивніше сприймають форми, які вже давно і широко використовуються у повсякденному та професійному мовленні. Так, слова «вчителька» та «студентка» отримали найвищі показники підтримки — по 94,3%, що свідчить про їхнє повне засвоєння і звичність у мовній практиці. Ці фемінітиви не викликають сумнівів щодо граматичної та стилістичної прийнятності, а також відображають усталені соціальні ролі, де жіночий варіант слова природно сприймається. Високу підтримку також отримали професійні назви, такі як «лікарка» (85,7%), «журналістка» (82,9%) та «авторка» (78,6%), що свідчить про поступову нормалізацію цих форм у суспільному мовленні та медіапросторі. Форми «директорка» (75,7%), «дослідниця» (74,3%), «продавчиня» (71,4%), «менеджерка» (62,9%) і «фахівчиня» (57,1%), хоча й менш активно підтримуються, теж визнаються природними, проте рівень їхньої прийнятності варіюється залежно від професійного контексту та можливої частоти використання у повсякденному мовленні. Мінімальна частка респондентів — 1,4% — обрала варіант «жоден із перелічених», що свідчить про практично повну згоду серед опитаних щодо доречності запропонованих фемінітивів. Це означає, що більшість

сучасних мовців сприймають фемінітиви як природні та легітимні елементи української мови, особливо у професійній та соціальній сферах.

Отже, отримані результати свідчать, що фемінітиви стають звичною мовною практикою, а рівень їхньої прийнятності залежить від частоти використання та усталеності конкретного слова у суспільному дискурсі. Найбільш популярні та зрозумілі форми — ті, що відображають традиційні соціальні ролі (вчителька, студентка), тоді як менш поширені або новостворені фемінітиви сприймаються з деякою варіативністю. Загалом дані свідчать про позитивну тенденцію до нормалізації фемінітивів, що відповідає сучасним мовним і соціокультурним процесам, зокрема прагненню до гендерної рівності у мовленні. Візуальне відображення у вигляді секторної діаграми демонструє переважання позитивного сприйняття над нейтральним і майже відсутність негативних оцінок.

Відсоткове співвідношення відповідей можна подати у вигляді такої діаграми:

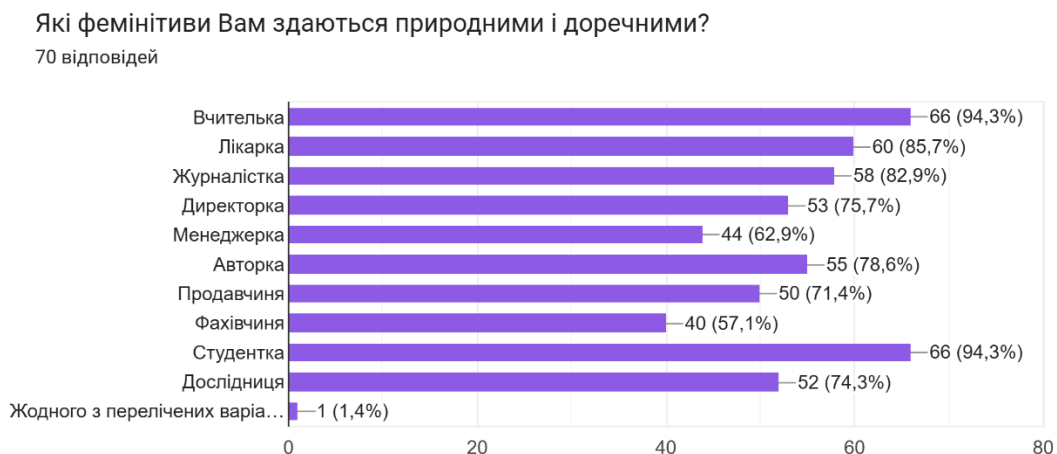


Рис.6 Які фемінітиви Вам здаються природними і доречними?

Аналіз відповідей на запитання щодо фемінітивів, які респонденти вважають недоречними або надто штучними, дозволяє виявити певні тенденції у сприйнятті нових мовних форм та особливості мовної чутливості сучасних користувачів. Найбільше негативних оцінок отримали форми

«менеджереса» та «автореса» — по 87,1%, що свідчить про їхнє сприйняття як неприродних і штучних. Це можна пояснити як відсутністю усталеної традиції вживання цих слів, так і дисонансом між суфіксальною формою і звичними мовними нормами. Інші форми сприймаються неоднозначно. Так, «експертка» отримала 18,6%, «ректорка» — 10%, «блогерка» — 11,4%, що свідчить про певну часткову неприйнятність або недовіру до нових словотворчих моделей, проте ці слова ще не сприймаються так категорично, як попередні. «Президентка» (27,1%) та «адвокатка» (32,9%) також викликали помірну кількість негативних оцінок, що можна пояснити специфікою офіційних та високопрофесійних назв, де звична чоловіча форма ще сприймається як більш нормативна. Натомість мінімальну кількість негативних оцінок отримала «психологиня» (5,7%), а варіант «жоден з перелічених» (2,9%) свідчить про те, що більшість респондентів все ж вважають наведені фемінітиви прийнятними, за винятком окремих «штучних» форм.

Отримані дані показують, що респонденти розрізняють фемінітиви за ступенем природності: більш поширені та звичні форми сприймаються позитивно, тоді як новостворені або суфіксально неприродні слова часто оцінюються як штучні чи недоречні. Це свідчить про модульну адаптацію мови: ринок мовних інновацій поступово приймає певні форми, але ще потребує часу для засвоєння нових і менш традиційних варіантів. Секторна діаграма наочно показує переважання високої негативної оцінки для кількох конкретних «штучних» фемінітивів на тлі загальної більшості схвалених форм.

Відсоткове співвідношення відповідей можна подати у вигляді такої діаграми:

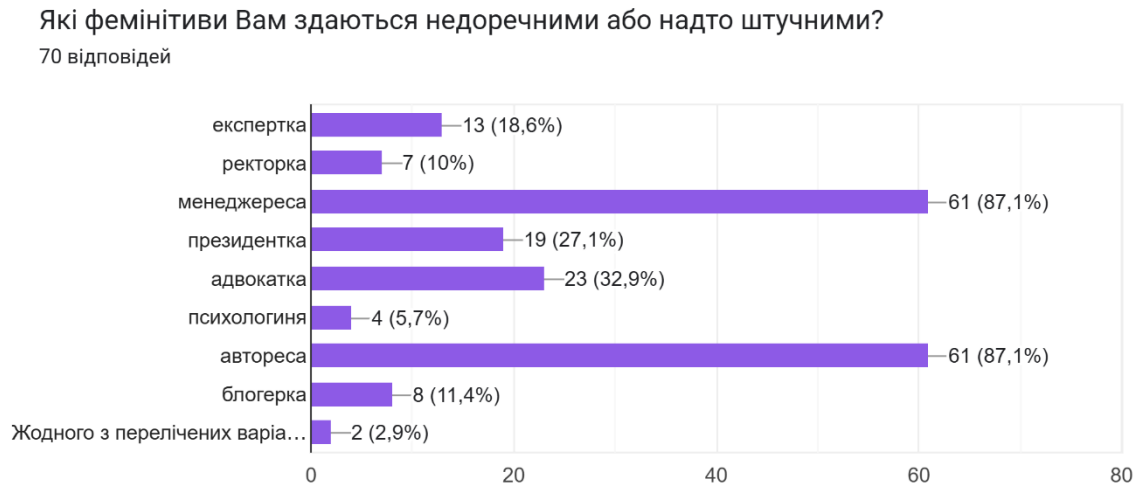


Рис 7. Які фемінітиви Вам здаються недоречними або надто штучними?

Можна зробити висновок, що аналіз результатів анкетування свідчить про загалом позитивне ставлення респондентів до використання фемінітивів у сучасній українській мові. Переважна більшість опитаних підтримує застосування фемінітивів у повсякденному спілкуванні, у ЗМІ та офіційних документах, а також вважає, що ці мовні форми повинні стати нормою сучасної української мови. Лише незначна частина респондентів демонструє нейтральне або негативне ставлення, що свідчить про високий рівень прийнятності цих форм серед сучасних мовців.

Щодо поширення фемінітивів у різних сферах, дані показують, що респонденти помічають їх частіше у соціальних мережах і розмовах серед друзів та знайомих, проте частота використання варіюється залежно від контексту та особистих мовних звичок. Це свідчить про поступову інтеграцію фемінітивів у повсякденне мовлення, але водночас про те, що явище ще не є абсолютно домінуючим.

Респонденти оцінюють фемінітиви за ступенем природності та доречності. Найбільш природними та доречними визнані традиційно поширені професійні та соціальні назви, такі як вчителька, студентка, лікарка, журналістка. Менш поширені або новостворені форми, особливо ті,

що мають неприродні суфікси (менеджереса, автореса), часто сприймаються як штучні або недоречні. Це демонструє, що мовна свідомість сучасних респондентів розрізняє фемінитиви за рівнем засвоєння та частотою використання.

Таким чином, можна стверджувати, що фемінитиви відображають сучасні тенденції мовної адаптації до гендерної рівності, поступово входять у повсякденне та професійне спілкування і здобувають підтримку більшості мовців. Водночас їхнє повсюдне вживання та сприйняття як нормативних форм залежить від традиційності, частоти вживання та граматичної природності конкретних слів. Отримані дані дозволяють зробити висновок, що фемінитиви є актуальним елементом розвитку української мови та відповідають сучасним соціокультурним запитам.

### **3.3. Соціолінгвістичні висновки щодо використання фемінитивів молоддю**

Соціолінгвістичний аналіз отриманих даних дає змогу окреслити специфіку ставлення молодого покоління до фемінитивів як до сучасного мовного явища, а також виявити тенденції їхнього функціонування у щоденному спілкуванні та публічних комунікативних сферах.

Передусім результати дослідження свідчать, що молодь загалом позитивно сприймає фемінитиви та розглядає їх як природну частину еволюції української мови. Переважна більшість респондентів підтримує вживання фемінитивів і вважає їх доцільними не лише у повсякденному мовленні, а й у ЗМІ та офіційних документах. Така тенденція вказує на високий рівень мовної свідомості та готовність молодого покоління до прийняття інклюзивних і гендерно нейтральних мовних практик.

Аналіз частотності свідчить, що фемінитиви найчастіше використовуються у розмовному стилі та спілкуванні в соціальних мережах, тобто в неформальних комунікативних сферах, де мовці менш орієнтовані на

суворі нормативні вимоги. Саме у цих стилях фемінітиви функціонують природно, зустрічаючись регулярно та в різних контекстах. У формальних стилях — журналістському та офіційно-діловому молодь також демонструє підтримку їх уживання, однак очікує більшої мовної стандартизації та усталеності форм.

Особливу увагу привертає диференційоване ставлення респондентів [Віщак, 45] до різних типів фемінітивів, яке значною мірою залежить від ступеня їхньої нормативності, частотності та закріпленості у мовній практиці. Ті форми, що давно функціонують у повсякденному спілкуванні та зафіксовані у словниках (наприклад, *вчителька*, *студентка*, *лікарка*), сприймаються молоддю природно й уживаються без додаткових пояснень чи вагань. Такі фемінітиви не викликають непорозуміннь щодо значення чи доречності, адже стали органічною частиною мовної системи.

Водночас нові або менш усталені форми, зокрема утворення на зразок *менеджереса*, *автореса*, *блогерка* чи *коучка*, які містять нетипові для української словотвірної традиції суфікси або не мають давньої словникової фіксації, часто оцінюються як штучні, надмірно експресивні чи стилістично навантажені. Деякі респонденти вказують на «іноземний» або «некласичний» характер таких форм, що може спричиняти недовіру або відчуття мовного дискомфорту. Важливим є й те, що подібні новотвори нерідко містять конкуренцію між кількома паралельними варіантами — наприклад, *редакторка* та *редакториня*, *дизайнерка* та *дизайнереса* — що додатково ускладнює їхнє сприйняття.

Такі реакції свідчать про те, що мовні інновації проходять певні етапи адаптації: від новизни та маркованості — до можливого поступового входження у норму. Молодь, яка є найбільш відкритою до змін мовної системи, фактично виступає індикатором подальшої життєздатності цих форм. Саме у молодіжному середовищі визначаються межі прийнятності

нових фемінітивів, їхня функціональність та потенційна перспективність для нормативного закріплення надалі.

Водночас значна частина теоретико-методологічних питань, пов'язаних із унормуванням та кодифікацією фемінітивів, досі залишається відкритою. Попри те, що Український правопис 2019 [Укр правопис] року містить окремі рекомендації щодо творення відповідних форм, цілісної й усталеної системи їхнього нормативного функціонування у всіх мовних сферах ще не вироблено. Невизначеним залишається питання вибору між варіантними формами (наприклад, «деканка» чи «деканеса»), критерії їхньої стандартизації та механізми узгодження з професійною термінологією, особливо в галузях, де історично переважали чоловічі мовні відповідники. Такі неврегульованості створюють перешкоди як для щоденного використання фемінітивів, так і для їхнього офіційного закріплення в адміністративному, юридичному, науковому та освітньому дискурсах. Додаткової уваги потребує також питання нормативної фіксації нових форм у словниках та довідкових ресурсах, що часто не встигають відобразити реальні тенденції мовної практики.

Не менш актуальною є проблема впливу фемінітивів на загальну мовну норму, її динаміку, варіативність і суспільне сприйняття. Спротив частини мовців зумовлений не стільки граматичними аргументами, скільки ментально-культурними чинниками, зокрема усталеними уявленнями про традиційний мовний етикет та роль статі в мовній репрезентації. У зв'язку з цим актуалізується потреба комплексного аналізу, що включає не лише лінгвістичні, а й культурологічні, соціопсихологічні та комунікативні підходи. Важливим стає врахування таких аспектів, як мовна ідентичність, формування мовної політики, зміна ціннісних орієнтацій суспільства та вплив історичних наративів на сучасну мовну практику. Окремого вивчення потребує також питання міжпоколіннєвих відмінностей у сприйнятті

фемінітивів, оскільки саме вони значною мірою визначають перспективи подальшої еволюції мовної норми.

Таким чином, соціолінгвістичні результати дослідження дають підстави стверджувати, що молоде покоління є активним рушієм уживання та нормалізації фемінітивів. Вони здебільшого приймають гендерно марковані назви жіночої статі як необхідний елемент сучасного комунікативного простору, підтримуючи тенденцію до інклюзивності та мовної рівності. Утім, процес повного унормування фемінітивів ще триває і залежить від частотності, традиційності й структурної природності конкретних форм.

## ВИСНОВКИ

Дослідження фемінітивів у мові сучасних соціальних мереж дозволило всебічно охарактеризувати цю групу лексичних одиниць та їхнє функціонування в цифровому комунікаційному середовищі. Фемінітиви виступають як повноцінні лексичні одиниці сучасної української мови, що позначають осіб жіночої статі відповідно до їхніх професій, соціальних ролей, суспільного статусу та інших характеристик. Вони не лише забезпечують точне позначення гендерної належності, а й сприяють формуванню мовної картини світу, яка відображає сучасні соціокультурні тенденції та цінності. Активне вживання фемінітивів у цифровому просторі свідчить про їхню функціональну значущість у процесах комунікації, адже вони дозволяють користувачам чітко передавати інформацію про соціальні ролі жінок, підкреслювати професійну ідентичність та демонструвати соціальну залученість. Крім того, фемінітиви відображають загальні тенденції мовної модернізації та мовної чутливості, стимулюючи розвиток нових словотвірних моделей, інтеграцію неофемінітивів у повсякденне мовлення та адаптацію мови до сучасних соціокультурних реалій.

Історичний аналіз способів творення фемінітивів у XVI–XXI століттях показав, що українська мова використовувала різноманітні механізми словотвору, які змінювалися залежно від епохи, соціокультурних умов та мовних традицій. Традиційно для позначення жінок використовувалися суфікси -к-, -иця, -иня, -еса, а також префікси пра-, по-, що успадковані зі староукраїнської мови та спільнослов'янських мовних систем. З розвитком мови з'являлися комбіновані моделі словотвору, що поєднували суфікси та префікси або інші словотвірні елементи, розширюючи можливості формування нових назв осіб жіночої статі. Найпродуктивнішими у сучасній українській мові виявилися суфіксальні способи, зокрема використання суфікса -к-, який є універсальним і дозволяє легко адаптувати нові

професійні назви та інші позначення осіб жіночої статі, забезпечуючи їхнє природне входження у мовну практику.

Вивчення фемінітивів у науковій літературі демонструє поступовий розвиток підходів: від детального опису окремих слів і словотвірних закономірностей у ранніх дослідженнях до комплексного аналізу соціолінгвістичних і гендерних аспектів у сучасних роботах. Зокрема, останні дослідження підкреслюють значення фемінітивів у формуванні гендерно чутливої мовної картини світу, відображенні соціальних ролей жінок та забезпеченні мовної рівності. Сучасні роботи також враховують контекст цифрової комунікації, зокрема активне поширення фемінітивів у соціальних мережах, де творення нових форм відбувається швидко і нерідко виходить за межі традиційних словотвірних норм, демонструючи живу динаміку сучасної мови.

Аналіз мови сучасних соціальних мереж засвідчив активне та різноманітне вживання фемінітивів, що пояснюється динамічним розвитком цифрових платформ, високою мобільністю користувачів та прагненням відобразити актуальні соціальні та професійні реалії. Особливо помітною є тенденція серед молоді та активних учасників онлайн-комунікацій до використання неофемінітивів, які не завжди закріплені в нормативних словниках, але дозволяють виразно передати сучасні ролі та професії жінок, а також підкреслити інноваційний і креативний характер мовлення. Водночас частина способів творення фемінітивів у соціальних мережах відповідає нормативним вимогам сучасної української мови, зокрема рекомендаціям Українського правопису 2019 року, що забезпечує певну стабільність та інтеграцію цих форм у мовну практику. Однак значна частина вживаних форм демонструє творчу трансформацію традиційних моделей словотвору: користувачі комбінують суфікси, експериментують із запозиченими назвами професій, вводять нові словотвірчі конструкції, що потребує подальшого кодифікаційного та лексикографічного аналізу. Така мовна динаміка свідчить

про живу адаптивність української мови до соціокультурних змін і впливу цифрового середовища на процеси словотвору та мовної інновації.

Загалом проведене дослідження підтвердило, що фемінітиви є невід'ємною та важливою складовою сучасної української лексичної системи. Вони активно функціонують у цифровому середовищі, де соціальні мережі виступають платформою для швидкого поширення нових мовних форм і відображення актуальних соціальних реалій. Фемінітиви демонструють здатність мови адаптуватися до змін у суспільстві, реагувати на потребу відображення ролі жінок у різних професійних і соціальних сферах та інтегрувати нові лексичні одиниці у повсякденне мовлення. Вивчення цих форм у контексті соціальних мереж дає змогу глибше зрозуміти механізми мовної інновації, процеси словотвору та прийняття нових одиниць мовною спільнотою. Крім того, дослідження підкреслює роль фемінітивів у забезпеченні гендерної чутливості української мови, сприяючи формуванню мовної практики, яка відображає сучасні соціокультурні зміни та підтримує принципи рівності.