

**МІНІСТЭРСТВА АДУКАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЎНІВЕРСІТЭТ
ІНСТЫТУТ ЖУРНАЛІСТЫКІ
Кафедра стылістыкі і літаратурнага рэдагавання**

КОРЧЫК
Аляўціна Георгіеўна

**ФЕМІНІТЫВЫ Ў ПУБЛІЦЫСТЫЧНЫМ МАЎЛЕННІ
(рэдактарскі аспект)**

Дыпломная работа

Навуковы кіраўнік:
кандыдат філалагічных
навук,
дацэнт В.І. Дзесюкевіч

Дапушчана да абароны
«22» красавіка 2017 г.
Пратакол № 7

Заг. кафедры стылістыкі і літаратурнага рэдагавання
доктар філалагічных навук, професар В.І. Іўчанкаў

Мінск, 2017

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца складаецца з 57 старонак, 1 дадатку і 21 крыніцы.

Ключавыя паняцці: ФЕМІНІТЫЎ, ДЫСКУРС, ГЕНДАР, ГЕНДАРНАЯ ЛІНГВІСТЫКА, ПУБЛІЦЫСТЫКА.

Аб'ект даследавання: рэпрэзентацыя асоб жаночага полу ў публіцыстыцы.

Прадмет даследавання: фемінітывы як адзін са спосабаў жаночай рэпрэзентацыі ў публіцыстыцы.

Мэта: вызначэнне ступені правамернасці ўжывання фемінітываў у публіцыстычных тэкстах і выпрацоўка метадыкі іх рэдагавання.

Метад даследавання: дыскурсны аналіз матэрыялаў інтэрнэт-парталаў “MAKEOUT.by” і “lady.tut.by”.

Прааналізаваўшы гістарычныя факты, а таксама лексікаграфічныя крыніцы, мы можам зрабіць выснову, што ўжыванне фемінітываў – гэта цалкам правамерная з'ява, якая залежыць толькі ад жадання аўтара зрабіць акцэнт на наяўнасці жанчыны ў тэксце.

Навізна атрыманых вынікаў заключаецца ў выпрацоўцы метадыкі рэдагавання фемінітываў:

1. Трэба высветліць, з якой мэтай аўтар або герой інтэрв'ю выкарыстоўвае пэўную форму фемінітыва. Ці жадае ён зрабіць акцэнт статусе, узросце або ўзроўні доследа асобы, пра якую піша/гаворыць.

2. Пры ўжыванні прафесійных найменняў трэба праверыць кантэкст іх ужывання і высветліць, ці патрэбны акцэнт на полавай прыналежнасці герояў. Магчыма трэба выкарыстаць гендарна-нейтральную лексіку.

3. Пры ўжыванні фемінітываў трэба сачыць за тым, каб яны былі прачытаны з дакладнай канатацыяй, каб не мелі за сабой адмоўнага значэння, якая стэрэатыпна замацавалася за імі.

4. Калі слова мае некалькі значэнняў, трэба ўдакладняць, якое з іх мае форму фемінітыву каб не было сэнсавых памылак.

5. Пры пабудове сэнсавых апазіцый з фемінітывамі трэба сачыць, кааб пары былі ўтвораны з аднолькавым значэннем, супрацьлеглым толькі па прызнаку полу.

РЕФЕРАТ

Дипломная работа состоит из 57 страниц, 1 приложения и 21 источника.

Ключевые понятия: ФЕМИНИТИВ, ДИСКУРС, ГЕНДЕР, ГЕНДЕРНАЯ ЛИНГВИСТИКА, ПУБЛИЦИСТИКА.

Объект исследования: репрезентация лиц женского пола в публицистике.

Предмет исследования: феминитивы как один со способов женской репрезентации в публицистике.

Цель: определить степень правомерности использования феминитивов в публицистических текстах и выработать методику их редактирования.

Метод исследования: дискурсный анализ материалов интернет-порталов “MAKEOUT.by” и “lady.tut.by”.

Проанализировав исторические факты, а также лексикографические источники, мы можем сделать вывод, что использование феминитивов – это полностью правомерно и зависит только от желания автора сделать акцент на половой принадлежности женщины в тексте.

Новизна полученных выводов заключается в выработке методики редактирования феминитивов:

1. Нужно определить, с какой целью автор или герой интервью использует конкретную форму феминитива. Хочет ли он сделать акцент на статусе, возрасте или уровне жизненного опыта личности, о которой пишет/говорит.

2. При использовании профессионализмов нужно проверять контекст их использования с целью определить, необходим ли акцент на половой принадлежности героев. Возможно нужно использовать гендерно-нейтральную лексику.

3. При использовании феминитивов нужно следить за тем, чтобы они были прочтены с верной каннотацией, чтобы не имели отрицательного значения, которое могло стереотипно закрепиться за ними.

4. Если слово имеет несколько значений, нужно уточнить, какое из этих значений имеет форму феминитива, чтобы не совершать смысловых ошибок.

5. При построении смысловой оппозиции с феминитивами, нужно следить, чтобы пары были подобраны с одинаковым значением, но противоположные друг другу только по признаку пола.

SUMMARY

Graduate work consists of 57 pages, 1 appendix and 21 sources.

Key words: FEMINITIVE, DISCURSE, GENDER, GENDER LINGUISTICS, PUBLICISM.

Object of the work: representation of females in publicism.

Subject of the work: feminitives as one of the ways of female representation in publicism.

Aim of work: to determine how legitime is to use feminitives in journalists texts and create a methodology for their editing.

Methodology of research: discursive analysis of texts from “MAKEOUT.by” and “lady.tut.by”.

After historical and vocabulary research, we can make a conclusion that it is legitime to use feminitives and it depends on author’s vicion if he or she wants to pay attention to person’s gender in his or her text.

Based on our research, we created a methodology for the feminitive’s editing:

1. We should identify for what needs author is using feminitives. Is he or she want to pay attention to the person’s status, or her age, or to the level of her life-experience.
2. In case if author is using profession nouns, we should check the contecst of their use to find out if we need to pay attention to the gender or maybe we should use gender-neutral words.
3. If we use feminitives, we should be sure that they would be read with the correct meaning and without negative stereotypes.
4. If the word has few meanings, we should check in what meaning do we have a feminitive-form.
5. If author deside to make a semantic opposition, we should check for pares to be combined with the word that means the same just for the opposite gender.