

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Кафедра романської і новогрецької філології та перекладу

Дипломна робота  
на тему:

**«ГЕНДЕРНІ МАРКЕРИ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ  
ПУБЛІЧНИХ ПРОМОВ»**

Студентки групи Ммлі 01-20  
факультету романської філології і перекладу  
денна форма навчання  
спеціальність **035 Філологія.**  
спеціалізація **035.05 Романські мови і  
літератури (переклад включно), перша –  
іспанська**  
**Серединської Аліни Андріївни**

Науковий керівник:  
кандидат філологічних наук,  
доцент Залеснова О. В.

*Допущено до захисту*

«\_\_» \_\_\_\_\_ року

*Завідувач кафедри*

\_\_\_\_\_ *Філоненко Н. Г.*

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA DE UCRANIA  
UNIVERSIDAD NACIONAL LINGÜÍSTICA DE KIEV  
Departamento de Filología Románica, Neogriega y Traducción

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

sobre el tema:

**LOS MARCADORES DE GÉNERO EN LA TRADUCCIÓN DE  
DISCURSOS PÚBLICOS**

**Alina Seredynska**

Estudiante del grupo Mmli 01-20

Facultad de Filología Románica y Traducción

Educación presencial

Especialidad **035. Filología.**

**Lenguas y literaturas románicas**

**(traducción inclusive), primera lengua –  
española**

Tutora académica:

Ph.D en Filología,

Profesora Titular O. Zaliesnova

Kyiv – 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ ГЕНДЕРУ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ.....	9
1.1. Гендер і мова у соціолінгвістиці.....	9
1.2. Парадигма гендерних стереотипів у мовній картині світу та сексизм.....	15
1.3. Гендерна маркованість.....	21
Висновки до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2. ГЕНДЕРНІ ЧИННИКИ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ПУБЛІЧНИХ ПРОМОВ.....	27
2.1. Мовленнєвий жанр публічної промови у медійному дискурсі.....	27
2.2. Гендерні маркери у публічних промовах.....	39
2.2.1. Характеристика вербальної репрезентації жінок.....	41
2.2.2. Характеристика вербальної репрезентації чоловіків.....	51
Висновки до розділу 2.....	55
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ ГЕНДЕРНИХ МАРКЕРІВ У ПУБЛІЧНИХ ПРОМОВАХ.....	57
3.1. Особливості перекладу гендерних маркерів на матеріалі промов іспанських спікерів-жінок.....	58
3.2. Особливості перекладу гендерних маркерів на матеріалі промов іспанських спікерів-чоловіків.....	71
Висновки до розділу 3.....	79
ВИСНОВКИ.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	83
RESUMEN.....	95

## ВСТУП

Гендер виступає одним із базових вимірів соціальної структури суспільства, поруч із класовою належністю, віком. Він включається до соціальних інститутів, а тому набуває фундаментальності та сталості. Гендер укорінюється у свідомості з раннього дитинства у вигляді гендерних уявлень та гендерних стереотипів. Діти засвоюють норми, правила та цінності гендерної культури, у якій вже створено соціально-детерміновані уявлення про специфічність жіночого та чоловічого, про розподіл соціальних ролей між чоловіками та жінками, про співвідношення їхніх соціальних статусів. Починаючи з дитячого віку і потім у всі вікові періоди, індивіди відтворюють гендерні стереотипи та гендерні уявлення. У зв'язку з цим виникає необхідність більш детального трактування понять «гендер», «гендерні уявлення» та «гендерні стереотипи», що мають безпосередній вплив на мовну репрезентацією індивіда, з чого виникає ще одне поняття – «гендерна мовна картина».

Гендерна лінгвістика займається вивченням вираження статі в мові, питання вербальної репрезентації чоловіків та жінок в комунікації, визначає мовні механізми функціонування гендерних відносин та сприяє розумінню сутності явищ, що відбуваються у мові та суспільстві. Статева диференціація є одним із універсальних явищ, які, так чи інакше, розглядають та вивчають усі науки про людину. Вона пронизує всі сфери людського знання та культури. Якщо донедавна вважалося, що гендерна диференціація не має прямого відношення до мови, й у лінгвістиці їй не приділялося великої уваги, то протягом останніх десятиліть з'явилися низки наукових праць, що аналізують теоретичні моделі чоловічої і жіночої мовної поведінки, хоча

багато питань досі залишаються спірними і потребують додаткових досліджень.

Численні дослідження гендерної лінгвістики дозволяють стверджувати, що гендер є невід'ємною складовою будь-якого дискурсу, зокрема і медійного, одним із основних жанрів якого є промова. Вивчення гендерної тематики полягає у тому, що дослідження термінів «маскулінність» та «фемінінність», диференціація чоловічих та жіночих ролей є відносно новим аспектом оцінки мовного матеріалу у царині лінгвістики та перекладознавства

Сучасні проблеми перекладу отримали висвітлення у багатьох роботах вчених, проте, гендерний аспект перекладу залишається маловивченим феноменом у вітчизняній лінгвістиці, що становить **актуальність дослідження**, адже результатом недостатньої уваги до гендерних аспектів перекладу публічних промов можуть стати прагматичні помилки, які вважаються найбільш значущими під час перекладу гендерно маркованої лексики, оскільки важливою умовою отримання адекватного та еквівалентного перекладу, що матиме аналогічну комунікативну інтенцію, є докладне вивчення особливостей відображення гендерних характеристик у мові спікера – як у тексті оригіналу, так і у тексті перекладу.

**Метою дослідження** є аналіз гендерно маркованої лексики у публічних промовах іспанських спікерів та пошук стратегій її еквівалентного відтворення засобами української мови, що зумовлює наступні **завдання**:

- окреслити поняття «гендер» у межах сучасної соціолінгвістики;
- визначити різницю між поняттями «стать» та «гендер»;
- проаналізувати соціальні витoki впливу гендеру на мову;
- дати означення поняттям «гендерні стереотипи»;
- розглянути вплив гендерних стереотипів на мовну ідентичність;
- висвітлити тему мачизму, зокрема її вплив на лінгвістичну складову;

- охарактеризувати мовленнєвий жанр публічної промови та її основні типи;
- проаналізувати теоретичну складову медійного дискурсу та місце публічної промови у ньому;
- означити поняття «гендерна маркованість»
- ідентифікувати мовні одиниці, що можуть відноситися до чоловічої чи жіночої статі;
- класифікувати гендерні маркери на морфологічному, лексичному та синтаксичному рівнях;
- ілюструвати гендерні маркери прикладами з публічних промов;
- проаналізувати ознаки гендеру у публічних промовах;
- виявити особливості перекладу гендерних маркерів та гендерно маркованої лексики у публічних промовах;
- систематизувати основні перекладацькі стратегії та трансформації, релевантні для перекладу гендерних маркерів у публічних промовах.

**Об'єктом дослідження** є гендерно маркована лексика у публічних промовах іспанських спікерів різної статі.

**Предметом дослідження** є способи відтворення гендерно маркованої лексики українською мовою за допомогою перекладацьких трансформацій з метою збереження прагматичного ефекту вихідного тексту публічних промов.

**Матеріалом** дослідження слугували скрипти публічних промов відомих медійних особистостей – акторів, спортсменів, політиків, суспільних діячів, розміщені у мережі Інтернет, зокрема на веб-сайтах youtube.com та ted.com.

**Основні методи дослідження** включають *метод аналізу та синтезу* теоретичного матеріалу для узагальнення результатів зарубіжних та вітчизняних лінгвістичних досліджень; *метод суцільної вибірки*, що дозволяє відібрати гендерно релевантні висловлювання, що ілюструють мовні прояви

гендеру в дискурсі; *описово-аналітичний*, що передбачає ідентифікування, аналіз та класифікацію мовних явищ, а також порівняння отриманих результатів з метою виявлення загальних та специфічних мовних механізмів конструювання маскулінності та фемінності в промовах іспанською мовою; *порівняльний*, за допомогою якого досліджуються особливості реалізації гендерних категорій в іспанській та українській мовах; *метод дискурсивного та лінгвістичного аналізу* для розгляду гендерно маркованих висловлювань у контексті всього публічного дискурсу; *перекладацький аналіз* для визначення основних перекладацьких стратегій.

**Наукова новизна** дослідження полягає в тому, що проведений аналіз мовних одиниць дискурсу іспаномовних чоловічих та жіночих гендерних маркерів дозволяє визначити мовні механізми конструювання маскулінності та фемінності на лексико-граматичному та семантико-синтаксичному рівнях мови; встановлено основні перекладацькі стратегії та труднощі під час перекладу семантико-синтаксичних засобів гендерно маркованої лексики саме у публічних промовах.

**Практичне значення** цього дослідження полягає у можливості подальшого використання комплексного підходу при аналізі мовних засобів конструювання маскулінності та фемінності у будь-якому вигляді комунікативного дискурсу з метою виявлення його гендерної складової. Результати дослідження можуть бути використані в теоретичних курсах з гендерної лінгвістики, загального мовознавства, лінгвокультурології, журналістики, соціолінгвістики, та, звичайно, практики та теорії перекладу іспанської мови.

**Апробація:** Міжнародна студентська науково-практична відеоконференція «Ad orbem per linguas. До світу через мови» «Світ цінностей і цінності у світі», 13 – 14 травня 2021 року.

**Публікації** – 1. Серединська А. А. Способи відтворення іспанської гендерно маркованої лексики українською мовою // «Ad orbem per linguas. До

світу через мови»: Матеріали Міжнародної студентської науково-практичної відеоконференції «Світ цінностей і цінності у світі», 13 – 14 травня 2021 року. – К.: Вид.центр КНЛУ, 2021. – С.199

**Структура** кваліфікаційної **роботи** магістра включає вступ, три розділи з висновками до кожного з них, загальні висновки, список використаних джерел та джерел ілюстративного матеріалу.

У вступі надається обґрунтування актуальності дослідження, формулюється мета та основні завдання, визначається наукова новизна та практичне значення роботи, вказується методична база, основні джерела ілюстративного матеріалу.

У розділі 1 визначається взаємозв'язок гендеру та лінгвістики, досліджується парадигма гендерних стереотипів у мовній картині світу та дається визначення поняттю «гендерної маркованості».

У розділі 2 розглядаються особливості жанру промови у медіадискурсі та наводиться класифікація основних гендерних маркерів.

Розділ 3 є практичним, у ньому аналізуються особливості перекладу гендерно маркованої лексики українською мовою.



## РОЗДІЛ 1

### ПОНЯТТЯ ГЕНДЕРУ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

#### 1.1. Гендер і мова у соціолінгвістиці

Поняття «гендер», яке конструює реальні практичні перетворення у суспільних відносинах, увійшло до сучасної лінгвістики всередині ХХ століття, що пов'язано зі зміною наукової парадигми у гуманітарних науках під впливом постмодернізму, і гендерний аспект став важливим науковим напрямом у складі міждисциплінарних досліджень. Одним з основних об'єктів дослідження соціолінгвістики є зв'язок між мовними особливостями, структурами, лексикою й соціальними ролями та ідентичністю чоловіків та жінок. Ці питання викликали значну кількість суперечок, роздумів та обговорень серед науковців та активістів [70, с. 112-115].

Існують різні підходи для дослідження поняття «гендер», тому тлумачення цього поняття можуть різнитися. Первісне значення цього слова не має прямого відношення до біологічної статі. Як стверджує Корбет Г., латинське слово *genus* або давньофранцузьке *gendre* означали «тип» або «вид» [53, с. 17]. Іспанське слово *género* корелюється з даною інтерпретацією. Окрім цього, слово *género* вживається для позначення класу іменників у іспанській мові та інших романських та германських мовах, але це визначення не є універсальним, тому що не співпадає з термінологією граматичної категорії української мови (рід).

Термін «гендер», як зазначається з соціокультурної точки зору протягом останніх трьох десятиліть, пов'язаний з біологічними особливостями людини, але ці поняття не можна ототожнювати, оскільки кожна людина має біологічну стать (*sexo*) та соціокультурну стать (*género*).

Біологічна стать є власне сукупністю фізіологічних та анатомічних особливостей. [30, с. 18]. Гендер є сукупністю певних соціальних норм, а інколи упереджень та цінностей, що формують окремі риси особистості. Гендерний фактор є важливою характеристикою особистості, адже враховується біологічна стать людини та результати впливу соціального оточення. Він має вплив на особистість, а зокрема – на усвідомлення власної ідентичності та навизнання мовця членами суспільства [29, с. 10].

Згідно з однією з основних теорій гендеру – теорією конструювання, гендерний статус, на відміну від біологічної статі, не задається природою, тобто гендер конструюється шляхом соціалізації, установленою системою гендерних ролей, ЗМІ та самими індивідами на рівні свідомості та самовираження. Створення, або конструювання гендеру – це створення неприродних відмінностей між представниками різних статей [46, с. 75-77]. У більшості феміністичних досліджень «гендер» розуміється як соціально сконструйована концепція, пов'язана зі стереотипами, переважно негативними з точки зору феміністки.

Інколи гендерна ідентичність не співпадає з біологічною статтю індивіда. Згідно із визначенням гендерної психології, існують два види гендеру в залежності від збігу ідентичності та статі: цисгендерна (люди, у яких гендерна ідентичність повністю збігається зі статтю) та трансгендерна (ідентичність і біологічна стать особистості не збігаються) [48, с. 190]. Наразі на пострадянському просторі тема трансгендерності не є дослідженою академічно у царині лінгвістики, зокрема тема мовної поведінки, і вважається маргінальною для осмислення суспільством, адже у науковому дискурсі не існує термінології, а наявна дихотомія маскуліність-фемініність дискримінує все, що не вписується у рамки цього поділу.

Шапіро Д. визначає різницю між статтю та гендером наступним чином: вони служать різним корисним аналітичним цілям для протиставлення

набору біологічних фактів набору культурних фактів [71, с. 117-120]. Ця інтерпретація була розкритикована кількома дослідниками через його відношення до двох біологічних статей. Основні ідеї щодо статі, гендеру та мови у сучасних працях можна узагальнити наступним чином:

- поняття «гендер» стосується насамперед соціальних, культурних та психологічних паттернів, які накладаються на існуючі біологічні відмінності;

- гендер – це багатогранне, змінне, хитке поняття, що частково формується мовою;

- розуміння статі змінюється від покоління до покоління залежно від расової, етнічної та релігійної групи, а також представники різних соціальних класів [74, с. 67-68];

- поняття гендеру не повинно обмежуватися дихотомією чоловіче-жіноче, воно має охоплювати «гендерну складність, викликану сучасними контекстами та практиками» [65, с. 195].

Як засіб спілкування, мова безпосередньо відображає всі види суспільних відносин протягом взаємодії між людьми. З точки зору соціолінгвістичних досліджень, основний зміст більшості з них стосується не тільки категорії граматичного роду у межах певної мови чи наближених до фізіологічних гендерних досліджень. Існують гендерні відмінності у соціолінгвістичних явищах головним чином через соціоструктурні типи, культурні традиції та прагматичну складову, як, наприклад, явище соціальної статі. Гендерні мовні відмінності є об'єктивними, і навіть у суспільстві, де використовується одна й та сама національна мова чи регіональний діалект, це можна спостерігати через гендерний, фізіологічний та соціальний фактори. В основному це проявляється у вимові, словниковому складі, граматичних конструкціях та манері спілкування.

Гендерні відмінності у мові не є випадковими: вони мають глибокий соціальний корінь. Гендерні мовні відмінності є фундаментальними фактами суспільного життя. Це свідчить про те, що явище гендерних мовних

відмінностей має довгу історію та пояснення. Якщо у сучасному світі панує рівноправ'я та процвітає фемінізм, ще у минулому столітті чоловіки та жінки мали різний статус і відігравали різні ролі, маючи різні обов'язки та різні права.

Дослідники, що займаються соціолінгвістикою, пояснюють явище гендерних мовних відмінностей з точки зору соціальної структури та прав. Вони вважають, що формування мовних відмінностей обумовлено нерівним становищем чоловіків і жінок. Традиційне поняття «чоловіки - годувальники, жінки – берегині домашнього вогнища» домінували у суспільстві і тому чоловіків вважали домінантними, статусними та владними. Вони керували зовнішнім світом і годували сім'ї, а жінки вважалися слабкими і єдине, чим вони займалися, були домашні справи. Їхній обов'язок – служити чоловікові та дітям, піклуватися про них, займатися домашніми справами, не маючи права брати участь у громадській діяльності [63, с. 168].

Тому Циммерман вважав, що чоловіки мають абсолютний авторитет у суспільстві, отже, їм потрібно триматися своїх позицій та зберігати авторитет. Звичка переривати розмови інших людей – очевидна ознака, що відображає їхню соціальну силу та бажання контролю. Так само, підпорядкованість жінок та залежність від соціального статусу призводить до прийняття правильної позиції в розмовах. Такої ж думки дотримується британський соціолінгвіст Традгіл П. Науковець вважає, що жінки приділяють більше уваги соціальному статусу ніж чоловіки, оскільки раніше жінки були економічно залежними. Вони були жертвами соціального становища і виконували лише декоративну роль у суспільстві [72, с. 67-70].

Навіть у сучасному суспільстві все більше жінок мають блискучу кар'єру в економіці, політиці та конкурують з чоловіками у всіх сферах. Але примітивна соціальна психологія все ще існує, чоловіки продовжують дискримінувати жінок. І традиційні ідеї, основною тезою яких є те, що жінки поступаються чоловікам, все ще залишаються в свідомості людей. Для

підтримання соціального статусу жінок існують завищені вимоги, що заставляє жінок пильніше слідкувати за мовою. Відмінності в мовній поведінці, що зумовлюються гендером, також можна пояснити нерівномірним розподілом влади в суспільстві [76, с. 26].

Соціокультурні чинники мають значний вплив на менталітет людини, її поведінку, ідеологію, релігійні переконання та цінності. У різних регіонах однієї країни від людей можуть очікуватися різні гендерні ролі та поведінка. Таким чином, у традиційних поняттях жіноча мова є доброзичливою і ввічливою, а чоловіча – відносно простою, зрозумілою і чіткою. Усталені соціальні очікування автоматично призведуть до соціального утиску і спонукатимуть людей стримувати себе.

Коли народжується дитина, суспільство по-різному ставитиметься до хлопчиків та дівчаток. По-перше, їм дадуть ім'я, притаманне певній статі, тому вони будуть розвиватися в очікуваному напрямку, задовольняючи фізіологічні чинники та соціальні ролі. Суспільство очікує, що хлопчики стануть справжніми чоловіками – мужніми та сильними, зможуть подолати страх, це відобразиться на їхній мові – вона буде грубою, але суспільство це толеруватиме. Дівчата ж навпаки зазвичай зберігають чистоту та охайність, щоб стати ніжними й добродішними. Тому вони розмовляють елегантно, як справжні пані – зі стандартною усталеною вимовою і правильною граматиною. Їм не можна звучати примітивно й запинатися. Тому ми бачимо, що до дівчат пред'являються високі вимоги, і їм слід звертати увагу на кожен аспект їхніх манер, особливо тоді, коли вони говорять [25, с. 190-191].

Під час процесу соціалізації індивіда сприйматимуть по-різному, залежно від очікуваних гендерних ролей. Гендерна ідентичність та культурне оточення мають кореляцію, тому під час процесу соціалізації, належні манери впливатимуть на гендерні ролі та їх визнання. Різна культурна поведінка та методи спілкування природно стануть частиною функцій певної гендерної ролі і врешті-решт сформуєть різних ідеологічно чоловіків і

жінок. В той же самий час висловлювання дівчат і хлопчиків різняться, і однаковий менталітет впливатиме на них по-різному. Крім того, чоловіки та жінки сприймають соціальну взаємодію по-дитячому прямо у ранньому віці, що, вочевидь, матиме вплив у майбутньому. І навіть коли вони виростуть, набутої манери спілкуватися буде важко позбутися [25, с. 200-201].

У мовознавстві існують різноманітні пояснення гендерних відмінностей вживання мови. Англійські науковці Баффері А. та Грей Дж. вважають, що вроджені анатомічні відмінності демонструють неоднакове вживання мовних засобів представниками різної статі, так само як і відмінності в психологічній орієнтації та характері. Як стверджують науковці, жінки більше піклуються про те, щоб налагодити стосунки, вони прагнуть уваги та взаємності між людьми. Чоловіки схильні бути незалежними, автономними, вони звертають увагу на ієрархію у відносинах. Ця автономність чітко проявляється в мовних стратегіях, що проєктують контроль [66, с. 132].

Науковці Мальтц Д. та Боркер Р. стверджують, що соціалізація є основним критерієм гендерних відмінностей. У багатьох культурах хлопчиків й дівчаток виховують опираючись на різні соціальні стандарти, що, як наслідок, приводить до різних методів вживання та інтерпретації мовних засобів. У сучасному світі більшість хлопчиків та дівчат є членами одностатевих груп протягом суттєвого періоду їхнього дитинства, коли їхні стилі спілкування перебувають на стадії формування. Взаємодія хлопчиків орієнтується на контроль і суперництво, а дівчата обирають відносну близькість у стосунках. Гендерні відмінності у використанні певних мовних засобів можна пояснити тим, що дівчатка та хлопчики соціалізуються в різних культурах [66, с. 358-365].

## 1.2. Парадигма гендерних стереотипів у мовній картині світу та сексизм

Гендерна картина світу – це соціокультурний феномен, що становить впорядковану сукупність наявних у свідомості особистості й суспільства соціокультурних орієнтацій, цінностей, ідеалів, стереотипів, у яких відображається диференціація статей. Мова є відображенням культури, що фіксує усі символічні виявлення та віддзеркалює усі упередження та стереотипи [28, с. 58].

Можна стверджувати, що у сучасному суспільстві жінки та чоловіки послідовно соціалізувалися згідно зі стереотипами, які їм були приписані. Кожне суспільство має узагальнені уявлення про те, якими є, чи мають бути, чоловіки й жінки та чим вони повинні займатися і як повинні говорити. Такі усталені узагальнені уявлення стосовно чоловіків і жінок загалом називають гендерними стереотипами. Часто вони можуть віддалятися від реальності, бути неточними, нерелевантними відносно нової інформації та доволі віддаленими від справжніх рис і поведінки окремого індивіда. Ці уявлення включають також приписи й заборони стосовно того, як чоловіки та жінки мають почуватися та що робити. Сила цих стереотипів може виявлятися значно більше, аніж расових [39, с. 291-292].

У сучасній науці можна виділити два основних типи ідентичності: фемінну і маскулінну. Маскулінний тип пов'язується з високими показниками чоловічих ознак (агресивність, цілеспрямованість, наполегливість, ризикованість, автономність, відвага) і низьким ступенем вираженості фемінних якостей. Фемінний тип пов'язаний із високими показниками фемінних властивостей (жіночність, доброта, чуйність) і низьким рівнем проявів маскулінності.

Підхід до гендеризму як до явища, що з позицій герменевтики виявляється у знаках, символах і текстах, дає визначення гендеру як свого



роду міждисциплінарного елементу, в якому переплітаються безліч наук про людину, про її не виключно біологічну, але й соціальну та культурну специфіку, комплекс обставин, подій і дій, в центрі яких стоїть людина, індивід [20, с. 55-56].

Жіноча ідентичність визначається через категоризацію індивіда як представника жіночої соціальної групи. Передбачається, що жіноча ідентичність відтворюватиме гендерно обумовлені ролі, диспозиції, самопрезентації. Формування жіночої ідентичності пов'язують безпосередньо зі специфічним для жінки «жіночим досвідом». Він створюється завдяки соціалізації дівчаток. Батьки з дитячого віку створюють гендерно усталений образ новонародженої дитини (бантики, довге волосся, сукні), а також заохочують гендерно нормовану поведінку (схильність до вагань, емпатії, пасивності). Надалі «бути дівчинкою» допомагають інститути соціалізації [48, с. 191].

Чоловіча ідентичність – це віднесення себе до соціальної групи і відтворення гендерно залежних ролей. У процесі соціалізації хлопчик знаходиться у складнішому становищі, ніж дівчинка. Його оточення, як правило, жінки, що обумовлює недостатню кількість об'єктів для самоідентифікування. Більш того, «чоловічий» набір рольової мовної поведінки значно обмеженіший і жорсткіший. Подальша соціалізація хлопчиків пов'язана з соціальними перепонами на шляху розвитку маскулінності, що може спровокувати емоційно-когнітивний дисонанс. Наслідком цього є так звана «статеворольова розгубленість» або гіпертрофовані маскулінні статево-рольові орієнтації, відобразиться не лише на поведінці, а й на мові.

Мовне виявлення гендеру розглядається в сучасному мовознавстві на двох рівнях (мовна поведінка та мовлення) у двох основних напрямках (виявлення гендеру в мові за рахунок «дзеркального» відображення гендеру за допомогою мовних ресурсів чи останні самі формують гендер,



другий напрям – існування таких феноменів, як «чоловіча мова» та «жіноча мова»). Мова не лише є відображенням гендерної диференціації, яка панує у соціумі, але й конструктором гендерних відмінностей. З феміністичної точки зору, лінгвістичний простір здійснює свій диктат по відношенню до представників обох статей, формуючи «стандартизовані уявлення про моделі поведінки та риси характеру, які відповідають поняттям «чоловіче» та «жіноче» [12, с. 17].

Гендерна проблематика в лінгвістиці, в основному, досліджується в двох аспектах: фіксовані гендерні мовні стереотипи, а саме мовна система, та гендерна асиметрія мови, тобто характеристики мови чоловіків і жінок, їхні мовні стратегії і тактики, а також власне лінгвістичні особливості мовлення представників обох статей, що стосується мовлення та мовленнєвої діяльності, тобто реалізації мови на практиці.

Стереотипи першого аспекту можуть стосуватися виду діяльності та власне соціальної активності, співвідноситися з позицією влади та управління, когнітивною сферою (наприклад, раціональність чи дотепність). До першого аспекту також входять стереотипи, що є характерними для психоемоційної сфери та упередження, що пов'язані з взаємодією і, врешті-решт, стереотипи, що стосуються виконання різних соціальних ролей жінками та чоловіками [21, с. 22].

Також з точки зору дослідників феміністичних та соціологічних напрямків, можна виділити стереотипи в антропологічному аспекті, що стосуються міфів та релігії, зокрема тему біблійного гріхопадіння жінки та тему материнства, що також стосується сімейно-соціального аспекту, де традиційно панує патріархат, а сексуальність слугує не жіночим, а чоловічим потребам [6, с. 250].

Варто взяти до уваги економічний аспект, адже останні дослідження свідчать про те, що рівень заробітної плати чоловіків вищий навіть тоді, коли чоловік і жінка займають аналогічні посади, що має вплив на статусність,

тобто класовий аспект. В освітньому та технологічному аспекті більшість досягнень у сфері науки приписуються чоловікам [т.с.].

Побутує стереотип, що жінки багато базикають і їх важко зупинити. Це підтверджують навіть прислів'я різних народностей:

- A woman's tongue wags like a lamb's tail (Англія);
- Бабина мова – чортове помело (Україна);
- The North Sea will be found wanting in water than a woman at a loss for a word (Шотландія);
- Три жінки – базар, дев'ять жінок – ярмарок (Судан);
- De la mujer y el mar no hay que fiar (Іспанія);
- Ni al perro qué mear, ni a la mujer qué hablar, nunca les ha de faltar (Іспанія);
- La cabra, donde nace, la oveja, donde pasc, y la mujer, donde hable (Іспанія);
- Antes se queda el ruiseñor sin canción que la mujer sin conversación (Іспанія);
- La mujer y el horno por la boca se calientan (Іспанія);
- Truchas y mujeres, por la boca se pierden ( Іспанія)
- Mujer cotorra, celosa y regañona (Нікарагуа) [77].

Також у сучасних іспанських ЗМІ широко освітлюється тема мачизму. Мачизм – це термін суспільного та академічного використання, який охоплює набір норм, поведінки та культурних практик, які зміцнюють та зберігають структуру чоловічого та гетеро-регульованого панування над сексуальністю, продовженням роду, працею та впливом. Сексистська поведінка засуджується як суттєва частина патріархальної культури, яка дискримінує та утискає не тільки жінок, а й людей, що мають відмінні від усталених гендерних ідентичностей. Чоловіча перевага має різні прояви: фізичне, психологічне та емоційне насилля; вживання алкоголю та інших психотропних речовин; вульгарні, агресивні та дискримінуючі

висловлювання щодо жінок та не гетеро-сексуальних людей; агресивність у відповідь на проблеми чи протистояння; гомофобія. Сьогодні вивчення маскулінності як частина гендерних досліджень проаналізувало мачизм як культурну рису, яка увічнеє систему панування чоловіків [78].

У низці іспаномовних дитячих пісень, на яких виросло не одне покоління іспанців та латиноамериканців, прослідковуються незавуальовані сексистські мотиви, які дискримінують жінок та дівчаток, зводячи їхнє існування до стереотипних якостей (краса, підлеглість та доброта) та видів діяльності (домашні справи – прання, шиття, догоджання чоловікам) [79]. Однією з таких дитячих пісень є “*Don Federico*” з наступними словами:

*Don Federico mató a su mujer, la hizo picadillo y la puso a remover...*, що є очевидною дискримінацією жінки.

Ще одною популярною дитячою піснею є “*Los días de la semana*”, яку виконували троє клоунів – Гебі, Фофо і Мілікі – і розважали тисячі дітей з телеекранів, а діти радісно наспівували веселу мелодію зі словами: *Lunes antes de almorzar, una niña fue a jugar, pero no pudo jugar porque tenía que planchar así planchaba así, así*, вивчаючи дні тижня та «базові» гендерні стереотипи. 8 березня 2018 року ця дитяча пісня стала вірусною в Інтернеті, через що вибухнули суперечки, які у більшості зводились до засудження авторів пісні [80].

Список дитячих іспаномовних пісень з очевидними сексистськими мотивами не завершується “*Los días de la semana*”, у нього можна включити “*Al pasar la barca y el barquero acosador*”, “*Soy capitán*”, “*Porompompon Manuela*”, “*Arroz con leche*”, “*La niña María, venga a bailar*”, що вкотре доводить теорію конструювання гендеру та вплив суспільства [79].

Говорячи про власне мовні стереотипи, що проявляються у мовленні чоловіків та жінок, то їх можна поділити на три основні категорії: фонологічні, лексичні та синтактико-прагматичні.

На рівні фонологічних стереотипів жінки схильні до правильної вимови, особливо тоді, коли говорять іноземними мовами. Також мовленнєвий стиль жінок часто відрізняється інтонуванням, та варто зважати на те, що ці критерії є стереотипними – ситуативними та індивідуальними – та усне мовлення жінок та чоловіків має більше розбіжностей, аніж письмове [55, с. 185]. У нашій науковій роботі ми розглядатимемо виключно усне мовлення.

До мовних стереотипів лексичного рівня можна віднести те, що чоловіки частіше вживають сленг та ненормативну лексику, що пов'язано з психологічними якостями та тяжінням до утримання влади та авторитарності, а жінки навпаки пом'якшують ненормативну лексику і частіше використовують слова, що пов'язані з вираженням почуттів, уникаючи лексики, що має значення агресії та ворожості.

На синтактико-прагматичному рівні можна виділити наступні стереотипи: жінки частіше використовують уточнювальні та риторичні питання, питальну інтонацію у твердженнях, засоби вираження модальності та різноманітні вставні слова та структури, що підкреслюють невпевненість. В той ж час жінки тяжіють до норми і турбуються про мовлення більше, ніж чоловіки. Також жінки більш ввічливі, що є частиною стереотипу про ніжність та жіночність, і частіше використовують маркери ввічливості, умовний спосіб дієслова та не висловлюються прямолінійно.

Чоловіки у розмові агресивніші, менш схильні до мовленнєвої взаємодії, ніж жінки, вони констатують свою думку прямо і частіше пропонують пояснення чи поради. На відміну від жінок, чоловіки схильні використовувати наказовий спосіб дієслова [7, с. 74-75].

Отже, на фоні існування гендерних стереотипних образів фемінності і маскулінності у мовній картині світу виникають упередження щодо гендерно маркованих мовних одиниць. Ці гендерні стереотипи виникають під час процесу соціалізації та пізнання світу, на що впливає гендерна ідентифікація

особистості, наслідування зразкам гендерної поведінки, формування гендерного досвіду, інтегрування соціальних очікувань суспільства щодо статевих ролей і традиційних вимог до статевої адекватності поведінки, що безпосередньо впливає на мовну поведінку індивіда [35, с. 160]. Виконання гендерних ролей чоловіками та жінками передбачає використання мовних засобів, які сприймаються ними як призначені для їх гендерної групи та відповідають уявленням суспільства [62, с. 23]. Стереотипи є невід'ємною складовою масової культури, що породжує такі явища, як мачизм, фемінізм та сексизм.

### **1.3. Гендерна маркованість**

Основним лінгвістичним прийомом в процесі дискурсивної мовної реалізації гендеру є гендерне маркування, під яким мається на увазі комплекс ознак, що дозволяють ідентифікувати мовну одиницю як ту, що відноситься до тієї чи іншої статі [31, с. 226-227]. Проблема гендерного маркування полягає у визначенні тих маркерів, які експліцитно або імпліцитно вказують на присутність гендерної семантики [32, с. 35].

Згідно з визначення Кириліної А. В., гендерна маркованість є доволі новим терміном, що виник внаслідок застосування гендерного підходу в мовознавстві. Гендерна маркованість є ознакою або комплексом ознак, що дозволяють ідентифікувати мовну одиницю, належну до тієї чи іншої статі. Гендерна маркованість може бути формальною (тобто такою, яка стосується виразу, зафіксованого у формі мовної одиниці) і семантичною (такою, яка стосується аспекту змісту, зафіксованою в значенні мовної одиниці) [33, с. 226].

Гендерні мовні компоненти можуть проявлятися граматично та мати глибоке соціокультурне значення. Передусім гендерний аспект будь-якої мови стосується граматичного роду, оскільки ця категорія є притаманною

для романських та слов'янських мов. Для іспанської та українською мов рід є центральним поняттям. Як зазначає Баришнікова К. Г., категорія роду – характерна межа граматичної будови індоєвропейських мов, не дивлячись на те, що вони відображають різний ступінь збереження роду, який знаходиться в прямій залежності від стійкості синтетизму в системі словозміни. [4, с. 31].

Гендерне маркування – це спосіб експліцитно виражати, що слово чи висловлення відноситься до осіб жіночої чи чоловічої статі. Цього можна досягти різними мовними засобами, наприклад, додаванням атрибутивного іменника чи прикметника або прикладки, як у словосполученнях: *чоловіча самка кенгуру*, *жінки-військовослужбовці*, *señora vicepresidente*. Характерним для іспанської мови є додавання відповідних артиклів, наприклад, *la vicepresidente*, *la estudiante* та флексія, наприклад, *hijo-hija*, *abuelo-abuela*, *hermano-hermana*.

Лексико-семантичну гендерну маркованість можна спостерігати, коли гендерний компонент проявляється на лексичному значенні слова, тобто як у прикладах, що наведені вище. Сюди також можна віднести власні імена, а саме імена та прізвиська в тому випадку, коли вони несуть інформацію про гендерну приналежність.

Коли йдеться про імена, інколи необхідним є контекст. Так, наприклад, ім'я *María* дає нам інформацію про те, що це жіноче ім'я, а тому, найвірогідніше, воно належить жінці, а ім'я *Guadalupe* без контексту не надає нам інформації про стать людини, що є критично важливим для перекладу, адже в іспанській мові дієслово третьої особи однини відмінюється однаково для осіб жіночої і чоловічої статі, а в українській мові існує диференціація, що залежить від статі мовця.

На лексичному рівні гендерно марковану лексику можна поділити на відповідні займенники, які конструюють гендер у мові і не вносять суб'єктивного гендерного маркування, і на лексику, що має виражене фемінінне чи маскулінне маркування.

До чоловічих гендерних номінацій в іспаномовній картині світу належать такі словосполучення: *el macho, el jefe, el metrosexual, el soltero*, до жіночих: *la mujer fatal, la mujer de negocios, la modelo, el ama de casa*

Найважливішим моментом, спільним для всіх прикладів, є те, що семантична ознака статі має бути вказана повторюваним та ідентифікованим маркером, оскільки гендерні іменники, що позначають осіб, мають такий маркер. Таким чином, слова *madre/padre* є гендерно маркованими через їхню семантику, а не за граматичними ознаками. Головною функцією є не лише передача гендерно маркованих одиниць, а й внесення ясності у текст.

Існує граматична гендерна маркованість, тобто лексичні одиниці в граматичній формі чоловічого чи жіночого роду. До цієї категорії належать слова різних частин мови. Наприклад, минулий час дієслів в українській мові, слова, що означають професійну діяльність, прикметники жіночого та чоловічого роду, що узгоджуються з іменником як в іспанській, так і в українській мовах.

Окрім лексико-семантичної та граматичної маркованості, є ще й фразеологічна гендерна маркованість. До цієї групи, вочевидь, належать фразеологізми, значення яких співвідносять їх з певною статтю. Як, наприклад, *como una rosa, como un tren, abrirse de piernas, bailar con la más fea, como una pepona/ cara de pepona, medio hombre, buen (o real) mozo, mover el bigote, correrse una barba, mentir por (la) mitad de la barba, como un príncipe, eener pelos en los cojones (o en los huevos)* [60, с. 176].

Однією з домінантних рис іспаномовної культури є андроцентризм, що також проявляється на рівні мови, коли центром, вихідною точкою чи нормою мислиться чоловік, а жінка чи жіноче постає як «інше», менш важливе, або похідне, а чоловічий рід вживається як загальний. Андроцентризм базується на двох основних правилах. Згідно з першим, людина розумна – це, за замовчуванням, чоловік, тому *varón* і *ser humano, masculino* і *universal* є синонімами. Якщо слово *hombre* в іспанській мові

являє собою вершину основи парадигми словотворення і може перекладатися як чоловік чи людина, то слово *tuđer* має вужче значення: жінка або дружина [51, с. 179].

Андроцентризм мови проявляється в лексичних лакунах, коли на позначення багатьох професій пропущені назви жіночого роду. З одного боку, сюди належать назви професій, якими віддавна займались виключно чоловіки, а з іншого боку, існує ціла низка професій і посад, які все ще залишаються недоступними для жінок. Навіть незважаючи на те, що сучасні жінки володіють різними навичками і мають високі посади, їх продовжують називати формами чоловічого роду. Натомість тільки форму жіночого роду мають назви деяких низькокваліфікованих занять: домогосподарка, покоївка, манікюрниця, педикюрша. Асиметричні образи статей, субординовані структури закодовано в граматиці, лексиці та фразеології [25, с. 155-161].

Андроцентризм мови виявляється в пейоративізації іменників жіночого роду. На думку дослідниць, це пов'язано з тим, що жінкам у мові відведено «негативний семантичний простір» – коли вони не обмежуються традиційними ролями, їм залишається семантичний простір, «який уже зайнятий чоловіками». Відтак, їхні називання за іншими видами діяльності применшуються і тривіалізуються [61, с. 70-71].



## Висновки до розділу 1

Гендер, на відміну від біологічної статі, не є вродженою якістю особистості, а набувається в процесі її соціального становлення. Адже щоб мати психологічні якості чоловіка чи жінки не обов'язково бути такими фізіологічно. Визнання того, що фактор гендера впливає на мовленнєву поведінку людини, говорить про те, що між статтю людини та її чином дій існує непрямий зв'язок. У мові гендер проявляється у лінгвістичних стереотипах приписуваних представникам тієї чи іншої статі.

Отже, гендер розглядається в лінгвістиці як когнітивний феномен, що проявляється як у мовних особливостях, так і особливостях мовної поведінки комунікантів. Мова відіграє важливу роль у конструюванні, відтворенні та закріпленні гендерних стереотипів у суспільстві. Вона фіксує гендерні стереотипи, що є властивими колективній свідомості, що складаються на основі сприйняття типової мовної манери та мовної поведінки.

Соціальний поділ у мові може підтверджуватись і наявністю нерівної присутності жіночої та чоловічої статі у мові, тобто гендерною асиметрією. Вченими доведено, що більшість мов світу андроцентричні: зводяться до уявлень про світ через чоловічу норму. Найчастіше це проявляється через використання іменників, займенників тощо чоловічого роду для позначення осіб будь-якої статі. Явище андроцентричності пояснюється культурною та соціальною специфікою суспільства, домінантою чоловічої картини світу.

Багатополярна модель гендерної ідентичності дозволяє освітлювати версії гендерної ідентичності всередині контексту: в цьому відношенні ми представляємо багатополярну модель гендерної ідентичності, її типологію варіантів.

Чоловіча версія вважається набором «інструментальних» рис особистості і характеризується найбільшим вираженням таких якостей, як

незалежність, самоствердження, влада, схильність відстоювати погляди, амбіції, лідерство, ризик, впевненість у собі.

У повсякденній свідомості ці якості асоціюються з чоловіками. Жіноча версія асоціюється з «виразними» рисами особистості: скромністю, працьовитістю, доречністю, відданістю, співчуттям, гнучкістю, співпереживанням, співпрацею та готовністю до компромісів. Чоловічі та жіночі риси значною мірою визначаються соціальним контекстом їх становлення та розвитку і мають тенденцію виокремлювати соціокультурну специфіку.

## РОЗДІЛ 2

### ГЕНДЕРНІ ЧИННИКИ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ПУБЛІЧНИХ ПРОМОВ

#### 2.1. Мовленнєвий жанр публічної промови у медійному дискурсі

Постійний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій призводить до швидкого зростання загального обсягу текстів, що передаються медіаканалами різними національними мовами у світовому інформаційному просторі. Об'єктивні передумови для виникнення медійного дискурсу сформувалися у другій половині ХХ століття, коли почали регулярно з'являтися різноманітні публікації, що стосуються функціонування мови у масовій комунікації. Аналізувалися медіатексти в рамках різних академічних традицій, включаючи соціолінгвістику, функціональну стилістику та прагматику, теорію дискурсу, контент-аналіз, когнітивну лінгвістику та риторичну критику. Увага була зосереджена на широкому спектрі питань: від визначення статусу мови медіа з точки зору функціональної стилістики та методів опису різних типів медіатекстів до впливу соціокультурних факторів та мовних прийомів впливу медіа на масу та особистість свідомості [13, с. 129].

На межі третього тисячоліття в комунікативних процесах відбулися вагомні зміни, що пов'язані зі збільшенням впливу сучасних мас-медіа на життя окремих індивідів і суспільство в цілому. Можна сказати, що сучасна мовна особистість живе в просторі медіатекстів, представлених контекстом масової інформації. І вивчення медіатекстів є основою для формування уявлення про те, як реальність конструюється і репрезентується у ЗМІ, а цифрове середовище є простором для ведення діалогу [26, с. 325].

Повертаючись до питання визначення медіатексту, слід сказати, що межі цього дискурсу позначити вкрай складно, але це є важливим, оскільки для вивчення динаміки розвитку мови необхідно розуміти статус мовного матеріалу, з якого вилучається для дослідження та чи інша одиниця, яка згодом маркує собою мовне середовище. Розглянемо різні підходи до визначення цього явища.

Для визначення медіадискурсу існує два основних підходи. Відповідно до першого з них, медіадискурс – це специфічний вид мовленнєво-розумової діяльності, що є характерним для інформаційного поля ЗМІ. В цьому контексті медіадискурс слід відрізнити від самостійних типів дискурсу, як, наприклад, політичний, релігійний чи науковий. Згідно з другим підходом, медіадискурс – це вид дискурсу, що реалізується в полі масової комунікації, що продукується ЗМІ [36, с. 147-150].

Під медіатекстом, як правило, розуміють динамічну складну одиницю вищого порядку, за допомогою якої здійснюється мовне спілкування в сфері масових комунікацій [38, с. 13]. До категорії медіатекстів відносяться газетно-публіцистичні тексти, рекламні тексти, телетексти, Інтернет-тексти, PR-текст і, власне, публічні промови. [4, с. 320].

Думка більшості вчених сходиться на тому, що термін медіатекст є родовим позначенням ряду попередніх термінів і основними сферами його функціонування є журналістика, PR і реклама [42, с.140-142.]. Іншими словами, в медіатексті перетинаються комунікативні сфери інформаційних продуктів – журналістики, реклами, PR. У ряді наукових робіт пропонується список характерних ознак феномена медіатекстів.

Специфіка медіатексту визначається, перш за все, зовнішніми умовами його існування, до яких відносяться:

- особливий тип і характер інформації, яка транслюється ЗМІ;
- невідтворюваність;

- колективне виробництво медіапродукту (будь-який текст створюється і обробляється декількома особами – журналістом, редактором, оператором, режисером, монтажником і т.д.);
- опосередкованість повідомлення і особливий характер зворотного зв'язку (обмежений, мінімізований відкладений у часі і просторі) або повна його відсутність;
- значення технічних засобів, за допомогою яких транслюється повідомлення (тобто технічні можливості – це не просто «упаковка» контенту, вони структурують саме повідомлення) [47, с. 64-70].

Добросклонська Т. Г., розглядаючи медіатекст як «складне, багаторівневе і багатовимірне явище», пропонує наступну систему параметрів: спосіб виробництва, форма створення, форма відтворення, тематична домінанта, канал поширення, функціонально-жанровий тип тексту [10, с. 199-201]. В якості важливого статусного параметру медіатексту дослідники виділяють канал його поширення – телебачення, радіо, ЗМІ, Інтернет [42, с. 41].

Абсолютна більшість дослідників відзначають багаторівневий, динамічний характер медіатексту. На думку Казак М. Ю., медіатексти, у тому числі публічні промови, як багаторівневі знаки об'єднує у єдине комунікативне ціле різні семіотичні коди (медійні, вербальні, невербальні) і демонструють свою відкритість на знаковому, композиційно-структурному і змістовно-смысловому рівнях [25, с. 322]. Всі дослідники в галузі лінгвістики зазначають, що ключовою фігурою у багатьох медіатекстах є наратор, тобто автор, який є не просто упорядником тексту, а суб'єктом всього текстового простору. Його яскраво виражена присутність дозволяє пред'являти різні види інформації: підтекстову, фактичну, концептуальну. Актуалізація діалогічних відносин «автор-адресат» відбувається завдяки вибудовуванню складних прагматичних зв'язків з цільовою аудиторією [42, с. 141 - 142].

Безперечно, найважливішою теоретичною складовою медійного дискурсу є концепція медіатексту, яка згадується фактично у всіх дослідженнях, присвячених мовленню у масовій комунікації. Суть цієї концепції можна підсумувати таким чином: традиційне для лінгвістики визначення тексту як зв'язного та цілісного фрагменту мови, що виголошується чи прописується [57, с. 15], коли його переносять у сферу масової комунікації, значно розширює його значення.

Найважливішою складовою загальної теорії медіадискурсу є, безумовно, розмежування понять текст – медіатекст і дискурс – медіадискурс. Якщо в рамках традиційної лінгвістики текст визначається як об'єднана сенсовим зв'язком послідовність знакових одиниць, основними властивостями якої є зв'язність і цілісність [18, с. 167-168], то при перенесенні в сферу масмедіа поняття текст значно розширює свої кордони. Тут концепція медіатексту виходить за межі знакової системи вербального рівня, представляючи собою послідовність знаків різних семіотичних систем – мовних, графічних, звукових, візуальних, специфіка поєднання яких обумовлена конкретним каналом масової інформації. Медіадискурс – це функціонально-обумовлений тип дискурсу, який розуміється як сукупність мовних практик і продуктів мовленнєвої діяльності в сфері масової комунікації у всьому багатстві і складності їх взаємодії [50, с. 150-152].

Виходячи з визначення поняття «медіадискурс», є підстави вважати, що релевантними ознаками дискурсу є його текстова сутність в поєднанні з прагматичними і соціолінгвістичними параметрами. Таким чином, розгляд поняття «дискурс» в співвідношенні з категорією «текст» вводить дискурс в систему координат лінгвістики тексту, а під дискурсивним аналізом розуміють міждисциплінарну область знання, яка передбачає вивчення тексту з урахуванням всього арсеналу засобів з таких областей, як соціолінгвістика, психолінгвістика, прагмалінгвістика, теорія мовних актів, лінгвістика тексту, лінгвокультурологія, стилістика, культура мови.

Типологія дискурсу на соціолінгвістичних засадах виділяє сферу публічного дискурсу, який поєднує риси, притаманні для спілкування і засобів масової комунікації. Дійсно, будь-який ораторський виступ можна розглядати як засіб безпосереднього впливу на масову аудиторію, що в рівній мірі відноситься і до інших форм масової комунікації, таких як телебачення, радіо, інтернет, спеціалізовані друковані видання. Таким чином, зберігаючи в цілому риси класичного ораторського мистецтва, сучасні публічні промови перебувають під сильним впливом ЗМІ. Тому публічну промову можна розглядати як одну із форм масової комунікації, яка може реалізовуватися в різних сферах професійної діяльності (політичний виступ, судове засідання, релігійна проповідь) [17, с. 255-257].

Будь-який публічний виступ як жанрове явище являє собою одну із форм соціальної діяльності, що регулюється взаємодією адресатів. Таке тлумачення публічних виступів перегукується з уявленням про публічні виступи з точки зору лінгвориторики, що розглядає будь-який ораторський виступ як спосіб впливу на масову аудиторію з метою досягнути прийняття самостійного рішення чи необхідності прийняти або відмовити щось після здійснення певної посткомунікативної дії в інтересах спікера [34, с. 125-130]. Також до числа основних елементів, що складають усний публічний виступ, відносяться: спікер (оратор), адресат (аудиторія), власне повідомлення, канал передачі повідомлення та комунікативна ситуація, що формується згідно з факторами, що залежать від інтенції учасників спілкування [1, с. 119-133.].

Центральне місце в усному риторичному виступі займає мовна особистість – ритор і аудиторія як спільнота людей, які сприймають висловлювання і приймають рішення [11, с. 113]. Мовна особистість в процесі публічного виступу продукує дискурс/текст з певною екстралінгвістичною метою, яка в лінгвориторичному вимірі визначається як вплив на емоційно-вольову психіку реципієнта інформації. Публічний виступ охоплює в реальному комунікативному акті різноманітні види мовного

впливу (переконання, навіювання, інформативний вплив, чи їх поєднання), тому можна говорити лише про домінування будь-якого виду впливу спілкування. Звідси випливає, що тактика публічного спілкування визначається прагненням оратора знайти відповідні способи впливу на адресата для досягнення того результату, який він свідомо чи несвідомо хоче отримати від своєї промови.

Перш за все, необхідно дати визначення публічному виступу. Лукас С. стверджує, що публічні виступи є життєво важливим засобом, щоб зберігати громадську прихильність [64, с. 250]. Більше того, він заявляє, що публічні виступи – це спосіб висловити наші ідеї та мати силу впливу щодо питань, що мають значення в демократичному суспільстві. Гарейс Е. пояснює, що словесна мова включає багато видів спілкування, як офіційного, так і неформального спілкування [58, с. 44]. З наведених вище тверджень можна зробити висновок, що публічний виступ, як і публічна промова, є одним із важливих усних повідомлень для формального вираження думки людей перед аудиторією. Публічний виступ означає, що доповідач поширює свої погляди серед великої аудиторії [23, с. 154-155].

Якщо розглядати публічний виступ з соціально-психологічної точки зору, то це не просто монолог оратора перед аудиторією, а складний процес спілкування зі слухачами. Більш того, це двосторонній процес, який носить характер суб'єктно-об'єктних відносин між спікером і аудиторією. Публічне мовлення характеризується рядом особливостей, що визначають його сутність. Перш за все, це наявність зворотного зв'язку, тобто реакція аудиторії. В процесі виступу оратор має можливість спостерігати за поведінкою аудиторії і по реакції на свої слова вловлювати її настрій, ставлення до повідомлення, окремих реплік. Саме фідбек перетворює монолог оратора в діалог, що є запорукою встановлення контакту з аудиторією [54, с. 163].

Публічний виступ являє собою живу та безпосередню розмову зі слухачами. У ньому реалізується усна форма літературної мови. Усне



мовлення, на відміну від письмового, завжди має адресата. Воно сприймається на слух, тому важливо побудувати і організувати публічний виступ таким чином, щоб його зміст відразу був зрозумілим і легко засвоювався слухачами [44, с. 190].

Ораторська промова, як правило, ретельно продумується та прописується. У процесі планування, розробки та написання тексту промови оратор спирається на книжково-письмові джерела (наукова, науково-популярна, публіцистична, художня література, словники, довідники), тому підготовлений текст – це, по суті, книжкова мова. Але, виходячи на трибуну, оратор повинен не просто прочитати текст промови за рукописом, а вимовити так, щоб його зрозуміли і прийняли. І тоді з'являються елементи розмовної мови, коли спікер починає імпровізувати, враховуючи реакцію слухачів. Виступ стає спонтанним усним мовленням. І чим більш досвідчений оратор, тим йому краще вдається перейти від книжково-письмових форм до живої мови. Слід при цьому мати на увазі, що вже сам письмовий текст виступу повинен готуватися за законами усного мовлення, з розрахунком на його проголошення. Оратор постійно повинен балансувати, вибираючи оптимальний варіант у ході промови [3, с. 135-137]. Оскільки публічна промова являє собою усну форму спілкування, в процесі виступу невербальні засоби комунікації відіграють важливу роль (інтонація, гучність голосу, тембр мови, її темп, особливості вимови звуків; жести, міміка, поза).

Існує чотири основних типи публічних промов відповідно до їхніх цілей. Кожен тип ми будемо розглядати окремо.

Розповідь, тобто оповідне мовлення, має на меті поділитися досвідом спікера. Це означає, що метою промови є розповісти певну історію. Доповідачі цього типу повинні вміти розважати аудиторію, незалежно від того, розповідають вони сумну історію, кумедну історію, історію-легенду, історію-драму тощо. Крім того, володіючи тим, як донести історію та її зміст, доповідачі повинні добре розбирати цю історію, щоб вони могли донести

сенс історії до аудиторії. Продовжуючи свій аналіз, Гарейс Е. розділяє цей вид мовлення на кілька основних структурних частин. Загальні структури оповідної промови такі: вступ (оголошується власне тема промови, без розкриття основних сюжетних ліній), орієнтація (ознайомлення з основними персонажами історії, часом та місцем), проблематизація (повідомляється мета виголошення промови, саме у цьому структурному підрозділі відбувається кульмінація, спікер може підвищувати тон та змінювати інтонацію, резолюція (завершення історії) та епілог (додаткові коментарі та висновки).

Прикладом такої промови є виступ Алекса Піни, продюсера серіалу “La casa de papel”, де на YouTube каналі він розповідає про зміну концепції серіалу:

*Bueno, que mucha gente no sabeis que la voz en off la narradora, que es Tokio, es la narradora de la serie no siempre fue así, y de hecho en las primeras versiones de aquí, aunque tuvimos el narrador y al profesor, pero resultaba un tanto de egocéntrico hablar de un plan, o de su plan perfecto cuando era el mismo que no hablaba no así que realmente [84].*

*Отже, багато людей не знають, що голос наратора, тобто Tokio, не завжди був таким і насправді в перших версіях оповідачем був Професор, але це було трохи егоцентрично – вихвалити свій власний хитромудрий детально продуманий план, коли це насправді було не так.*

Демонстраційна промова. Гарейс стверджує, що демонстраційна промова – це тип мовлення, що демонструє, як щось працює або як щось робиться. Наприклад, менеджер з продажу мобільних телефонів використовує демонстративну промову, щоб показати, як працює найновіший телефон. Щоб допомогти у демонстрації інструментів, спікери можуть скористатися наочними прийомами, щоб переконати

аудиторію та зробити демонстрацію очевидною. Важливо, щоб під час такої промови всі слухачі мали чітке уявлення та візуалізацію того, про що йдеться.

Прикладом такої промови є спіч, де користувачам банку пояснюють та демонструють, як користуватися послугами банку онлайн:

*Nuestra banca digital es un gran recurso. Durante la contingencia uno de los grandes problemas que ha generado la pandemia de Covid-19 ha sido la reducción de movilidad de los usuarios de la banca, considerando el cierre de algunas sucursales, invitamos a nuestros clientes a usar nuestros servicios digitales los cuales tuvieron un incremento significativo en su operación el tema que nos tienen más orgullosos es el número de clientes digitales para el primer trimestre del año incrementamos a 10.7 millones de usuarios manteniéndonos como el número 1 del sector bancario en nuestro país a su vez durante el Segundo [104].*

*Наш цифровий банкінг – це чудовий ресурс. Під час непередбачених ситуацій однією з великих проблем, які породила пандемія Covid-19, було зниження мобільності користувачів банку, взявши до уваги закриття деяких відділень, ми запропонували нашим клієнтам користуватися нашими цифровими послугами, попит на які значно підвищився. І те, чим ми найбільше пишаємося - це кількість цифрових клієнтів за перший квартал року, і кількість яких збільшилася до 10,7 мільйонів користувачів, роблячи нас номером 1 у банківському секторі країни, у свою чергу, протягом другого кварталу.*

Інформативна промова має на меті виховувати та інформувати аудиторію, стверджує Гарейс. В інформаційному виступі доповідачі в основному виступають у ролі вчителів та наставників і передають знання та концепції, що охоплюють деякі теми. Основна мета інформаційного

виступу – дати знання про певну тему, про яку аудиторія не знає нічого або має обмежені знання. Спікер може продемонструвати, як використовувати новий тип програмного забезпечення, пояснити нову концепцію в галузі науки, описати експедицію, яку здійснив археолог, або надати подробиці про особу, яка викликає інтерес та про яку аудиторія хоче дізнатися більше. Теми, висвітлені в інформаційному виступі, мають допомогти аудиторії краще зрозуміти зміст повідомлення та запам'ятати те, про що вони дізналися. Мета цього типу мовлення – не схилити аудиторію до точки зору оратора. Натомість подробиці мають бути викладені перед аудиторією, щоб вона могла прийняти обґрунтоване рішення або дізнатися про тему, яка її цікавить. Однак доповідачу важливо подумати про те, як ця інформація буде подана. Інформативна промова повинна менше покладатися на пафос, що є зверненням до емоцій аудиторії та важливою складовою переконливих виступів. Натомість інформаційна промова може спиратися на наочні посібники, наприклад, щоб дати аудиторії візуальне уявлення про важливу інформацію, що міститься у промові. Надання інформації у різних формах під час виступу збільшує ймовірність того, що аудиторія збереже інформацію, включену у промову [т. с.].

Прикладом такої промови є виступ Ірми Коваррубіас, мексиканської лікарки, яка пояснює доказовість вакцинації:

*Conocemos mucho más, tenemos                    Ми знаємо набагато більше, у*  
*tratamientos, más que nada, tenemos            нас є методи лікування, у нас є*  
*vacunas seguras y efectivas para            безпечні та ефективні вакцини для*  
*prevenir la forma grave de Covid o            запобігання ускладнень від хвороби*  
*incluso la muerte; algunos de mis            чи навіть смерті; деякі мої*  
*pacientes me dicen que no quieren            пацієнти кажуть мені, що вони не*  
*tomarla piensan que se van a            хочуть вакцинуватися, вони*  
*contagiar del virus si lo hacen no es            думають, що їм введуть вірус, якщо*

*así, las vacunas no contienen el virus* вони щепляться, але це не так,  
*así que no pueden infectar a la* вакцини не містять вірусу, тому  
*persona. Algunos piensan que la* вони не можуть заразити людину.  
*vacuna lleva un chip para seguirlos* Дехто думає, що у вакцини є чіп,  
*esto tampoco es verdad [109].* щоб слідкувати за ними, це теж не  
 так.

Агітаційна промова (або промова-переконання), яка має на меті переконання аудиторії, вважається найскладнішим видом мовлення. Оратор має роботу переконати та змінити думку аудиторії Гарейс вважає, що агітаційна промова слугує серйозним інструментом впливу. Перш за все, агітаційна промова відрізняється тим, що вона завжди спрямована на спонукання до дії. Агітаційна промова впливає на слухачів так, щоб вони відчували потребу зробити те, про що його просить агітатор. Це можливо тільки тоді, коли у обох учасників процесу агітації є щось, що їх об'єднує. Мета агітаційної промови полягає в залученні слухачів до досвіду і цінностей ініціатора спілкування, тому завдання агітатора полягає в тому, щоб знайти те, що об'єднує агітатора і публіку, розвинути і зміцнити зв'язок між ними, зацікавити публіку, проінформувати та залучити. Вочевидь, найчастіше агітаційні промови є політичними [т. с.].

Прикладом такої промови є виступ Педро Санчеса, голови уряду Іспанії, на Генеральній Асамблеї ООН:

*Nuestra tarea, en este momento* Наше завдання наразі — не  
*no es la de seguir reflexionando, seguir* продовжувати міркувати  
*debatendo, sino la de convertir* дискутувати, а нам потрібно  
*los Objetivos de Desarrollo* втілювати цілі сталого розвитку в  
*Sostenible en una realidad. Las* реальність. Рішення, які ми  
*decisiones que ahora tomemos* приймаємо зараз, будуть  
*marcarán el futuro de las próximas* формувати майбутнє наступних

*generaciones. En consecuencia, "no* поколінь. Отже, «не діяти» – це *actuar" ya no es una elección, es una* вже не вибір, це величезна *enorme irresponsabilidad* [114]. безвідповідальність.

Також окремо можуть виділятися розважальні промови. У загальних рисах розважальна промова – це промова, призначена привернути увагу аудиторії, розважати її під час передачі повідомлення. Як і більш традиційні інформативні або агітаційні виступи, розважальні промови повинні передавати чітке повідомлення, але манера виступу, що використовується у розважальній промові, зазвичай відрізняється. Розважальні промови часто виголошуються в особливих випадках (наприклад, тост на весіллі, привітальна промова на банкеті, мотиваційна промова на конференції), тому їх іноді називають промовами з нагоди особливої події. Тим не менш, вони також можуть виголошуватися у буденних ситуаціях, коли їх мета полягає в першу чергу в тому, щоб потішити аудиторію. З усіх типів промов, з якими ми стикаємося протягом життя, більшість з них, ймовірно, потраплять до категорії розважальних промов, а переважна більшість інших типів промов містять елементи розважальної. Прикладом такої промови є виступ Антоніо Бандераса під час вручення кінопремії «Гойя»:

*Lo estaba haciendo muy bien,* У неї була чудова промова, *terminó su actuación... salió del* закінчивши виступ, вона зійшла зі *escenario y al pasar al lado de mi* сцени і, проходячи повз мій стіл, *mesa, se me quedó mirandome y dijo* вона подивилася на мене і *mi nombre, dice: "Oh, Antonio* промовила моє ім'я: «О, Антоніо *Banderas" y yo pensé: "Bueno, me* Бандерас», а я подумав: «Вау, мене *conoce Taylor Swift, ¿no?". Una* Тейлор Свіфт» У неї була *sonrisa muy blanca, unas piernas muy* білосніжка посмішка, дуже довгі *largas y tal pero añadió* ноги і таке інше, але вона відразу

*inmediatamente: “A mi abuela, le doдала: «Знаєш, моя бабуся любить encantan tus películas” [88]. твої фільми».*

У нашій науковій роботі ми розглядатимемо усі види промов, що включає медіадискурс, роблячи акцент на диференціації мовців та звертаючи увагу на характерні риси промов спікерів-жінок та спікерів-чоловічів. Ці характеристики ми розглянемо у наступному підрозділі.

## **2.2. Гендерні маркери у публічних промовах**

Гендерні питання стали пріоритетним напрямком сучасних досліджень. Оскільки однією з істотних ознак парадигми людського існування є належність до чоловічої чи жіночої статі, мова не може ігнорувати цей фактор. Ось чому на перший план виходить гендерна перспектива, яка ґрунтується на ідеї, що важливі не біологічні відмінності, а культурне та соціальне значення, яке надає їм суспільство. Це дослідження викликане нагальною необхідністю вивчення нових напрямків розвитку мови, які виникли внаслідок змін у суспільному житті людини під впливом різних культур [56, с. 78-80].

Гендерна ідентичність – це результат складної взаємодії біологічних, соціальних і психологічних (власне особистісних) факторів, при якому в міру становлення і реалізації гендерної ідентичності посилюється роль самої особистості. Дослідники-соціолінгвісти стверджують, що чоловіки та жінки відрізняються за своїми комунікативними здібностями або, іншими словами, за знаннями про те, як користуватися мовою у суспільстві, та тим, що, на їхню думку, є належним для них як для носіїв мови. Статеві відмінності в комунікативній компетентності становлять частину певної національної культури [40, с. 290-291].

Реалізація гендерної ідентичності особистості пов'язана з виробленням певних способів соціокультурної презентації своїх біологічних властивостей в тій формі, яка відповідає власне особистісним сенсам. Гендерна ідентичність особистості – багатокomпонентне утворення, що включає гендерні уявлення, гендерну самооцінку і гендерні плани та структури поведінки. Різні поєднання і змістове наповнення даних компонентів визначають індивідуальний варіант гендерної ідентичності особистості [43, с. 14] і відповідно закономірності її вербальної самопрезентації.

Дослідники-соціолінгвісти вважають, що чоловіки та жінки використовують певні мовні шаблони, характерні для «чоловічого стилю» та «жіночого» стилю мови. Це припущення привело деяких авторів до розмежування між «могутньою» (чоловічою) та «безсилою» (жіночою) мовою [63, с. 189-192]. Так, Коутс Дж. у своєму соціолінгвістичному дослідженні, вперше опублікованому в 1986 р. під назвою *Women, men and language: a sociolinguistic account of gender differences in language* [52, с. 167], посилається на результати, отримані О'Барр В. М. і Аткинс Д. К., які на початку 1980-х років під час вивчення мови судового засідання зауважили, що посібники для адвокатів з тактики в суді часто розглядають свідків-жінок як особливий випадок. Цей факт призвів до того, що О'Барр В. М. та Аткинс Д. К. почали замислюватися, чи відрізняються свідки-жінки лінгвістично від свідків-чоловіків. Вони проаналізували стенограми 150-годинного судового процесу у вищому кримінальному суді Північної Кароліни (США), розглянувши особливості, які вони називають «жіночою мовою». Ці ознаки, які також позначаються як «гендерні маркери», за статистикою частіше зустрічаються у мовленні жінок, однак це не означає, що чоловіки їх взагалі не використовують [69, с. 103-110].

«Жіноча» стратегія комунікативної поведінки явно або неявно передбачає бесіду, побудовану на взаєморозумінні, навіть коли ситуація



передбачає формалізовані комунікативні акти, наприклад, по типу начальник-підлеглий. «Чоловіча» стратегія передбачає бесіду-інформування, де процес інформування подібний до механічної дії. Така стратегія поширюється навіть на сферу інтимно-особистісної комунікації. Зворотній зв'язок інтерпретується чоловіками як реакція на зрозумілість повідомлення. Це пояснює більш комфортне в порівнянні з жінками самопочуття чоловіків в публічних виступах [24, с. 187].

Карен Хорні (1993) зазначає, що існують відмінності в тому, куди спрямований творчий імпульс чоловіків і жінок. Жіночий спосіб існування реалізується через увагу до глибоких переживань та інсайт. Чоловічий спосіб існування характеризується спрямованістю творчого імпульсу ззовні, на пошук можливостей перетворення зовнішнього світу через взаємодію з ним і утвердження себе в ньому. Таким чином, самореалізація жінки, на відміну від чоловіків, відбувається не через вчинки, а через процес самоусвідомлення [24, с. 173]. На рівні мовної діяльності це відбивається таким чином, що метою процедури жіночого читання як «перегляду» стає не загальна, а власна унікальна жіноча історія.

Дослідження в області гендеру є дуже різноплановими і стосуються не тільки питання психо-фізіологічної характеристики індивіда, а й широкого кола соціально обумовлених поведінкових реакцій, вербальних і невербальних. Зрозуміло, нас в першу чергу цікавлять лінгвістичні засоби, а саме засоби стилістичної виразності, що відповідають певним гендерним маркерам. У наступних підпунктах ми розглянемо закономірності усної вербальної репрезентації жінок та чоловіків.

### **2.2.1. Характеристика вербальної репрезентації жінок**

**Тенденція до вживання вставних слів та словосполучень і парентези.** Вважається, що жінки частіше використовують вставні

конструкції, зокрема для того, щоб виразити почуття (*desafortunadamente, por desgracia, afortunadamente, milagrosamente, por suerte*), вказати на характер висловлення (*para decir la verdad, en resumen, en otras palabras, por así decirlo*), привернути увагу аудиторії (*como entienden, como ven, ¿sabe qué?, perdonad, mejor dicho, mejor aún, más bien*), виразити ступінь вірогідності (*ciertamente, definitivamente, realmente obviamente, tal vez, probablemente, como parece*), вказати на джерело повідомлення (*en mi opinión, en mis palabras, como dicen, según*), вказати на зв'язок висловлюваного з контекстом (*así, por ejemplo, resulta, por cierto, finalmente, al contrario, pero, en general, realmente*) [16, с. 520-252]:

*Y, como sabéis, la mente, de I, як відомо, розум, і звичайно*  
*acuerdo, un pensamiento negativo es ж, негативну думку змінити*  
*mucho más fácil de cambiar que una набагато легше, ніж негативну*  
*emoción negativa. Quiero que penséis емоцію. Я хочу, щоб ви думали, що...*  
*que... claro, dais una primera звичайно, ви справляєте перше*  
*impresión y el 55 % de la opinión que враження, і 55% думки інших про вас*  
*se hacen los demás de vosotros es por пов'язані з візуальною картинкою.*  
*la expectativa visual [82].*

**Тенденція до вживання гоноративів.** Як правило, жінки схильні висловлювати ввічливо та тактовно (*podría usted, por favor, le agradecería si, sería tan amable*). В іспанській мові часто вживатиметься умовний спосіб дієслова та звертання *Usted* та *Ustedes*:

*Antes de empezar me gustaría I перед тим, як розпочати, я*  
*hacerles una propuesta. Si les dijeron б хотіла у вас децю запитати. Якби*  
*levantar las manos, quién de Ustedes Вас попросили підняти руку, хто з*  
*la alimentaría? [86].* *Вас це б зробив?*

**Тенденція до вживання розділових та риторичних питань.** Розділові питання, так само як і риторичні, не потребують відповіді, а використовуються мовцями для того, щоб зробити акцент на сказаному чи спонукнути аудиторію до роздумів. Ці питання часто передають різноманітні емоційні стани – сумнів, подив, іронію, розчарування [41, с. 255]:

*De repente, me tapó la boca con una mano y con la otra se desabrochó el cinturón. En ese momento pensé que me podía matar, ahorcar, ¿sabés? Nunca me sentí tan sola, como secuestrada. Le pedí que acabara rápido y me llevara a mi casa [117].*

*Раптом він однією рукою прикрив мій рот, а другою розстебнув ремінь. У той момент я подумала, що він може мене вбити, повісити, розумієш? Я ніколи не відчувала себе такою самотньою, неначе заручниця. Я попросила його швидко закінчити і відвезти мене додому.*

*Pero al final ¿qué es la feminidad? Podemos acordar aproximadamente que la mitad de la humanidad son hombres y la otra mitad son mujeres. La mitad de la humanidad es la masculinidad y la otra mitad es la feminidad, entonces, ¿por qué se nos pide ser más mujer? ¿Habrá un molde para ser mujer? [112].*

*Але, зрештою, що таке жіночність? Приблизно можна погодитися, що половина людства — чоловіки, а інша половина — жінки. Половина людства — маскулінність, а друга половина — жіночність, то чому ж від нас очікують, що ми будемо жіночнішими? І взагалі, чи існує шаблон жіночності?*

**Тенденція до вживання правильних граматичних форм та конструкцій.** У своїй мові жінки дотримуються усіх існуючих та загальноприйнятих правил реалізації мовної системи, висловлюючись правильно та точно:

*Que podemos ser importantes y mostrarnos responsables para tratar de pensar en un futuro más sostenible, más justo y mejor para todos. Estudiar y observar vuestra obra, queridos premiados, me ilusiona y me llena de fuerza para seguir asumiendo mis responsabilidades y trabajar siempre con el mayor compromiso [90].*

*Ми можемо бути важливими та відповідальними, щоб спробувати думати про більш стійке, справедливіше та краще майбутнє для всіх. Дізнаватися більше та спостерігати за вашою роботою, шановні переможці, захоплює мене та наповнює силою продовжувати брати на себе свої обов'язки та завжди працювати з найбільшою відданістю.*

Жінки у своїй мові уникають лайки, намагаючись замінити гостре словечко відповідником-евфемізмом, елементів «панібратського» звернення: кличок, прізвиськ, принизливих звернень-номінацій. Жінки більше, ніж чоловіки, використовують у своїй мові літературні форми і зразки мовлення. Жінки орієнтуються на загальноновизнані норми соціальної і мовної поведінки, демонструючи тим самим «відкритий» соціальний престиж.

**Тенденція до вживання емоційно забарвленої лексики.** Загальноприйнятою є думка, що жінки є емоційнішими, що впливає на вербальну репрезентацію. Жінки часто вживають повтори, анафори, епіфори, протиставлення та паралельні конструкції, щоб розставити акценти. Часто це підкріплюється також інтонацією. Ці стилістичні фігури підтримують ритмічність мови, привертають увагу слухачів:

*Fueron años de malestar Були роки неблагополуччя i colmando las calles, nunca escucharon. безхаття, вони ніколи не слухали.*

*Fueron años que reclamamos, nada Були тисячі скарг, вони нічого не hicieron. Fueron muchos los muertos la робили. Були тисячі померлих, вони justicia, nunca llegó. Fueron muchos los не здійснили правосуддя. Були тисячі*

*castigados tras las rejas, nunca los* кинутих за ґрати, *вони їх так і не*  
*soltaron. Fueron largas listas de espera,* звільнили. *Були* довгі списки  
*nada gestionaron. Fueron miles* очікування, *вони нічого не вирішили.*  
*endeudados, nada se dieron. Fueron* Були тисячі боргів, *вони нічого нам*  
*territorios completos, invadidos,* не повернули. *Були* цілі величезні  
*contaminados, usurpados* у території, захоплені, забруднені,  
*militarizados, nada modificaron.* узурповані та мілітаризовані, *вони*  
*Fueron millones sin, casa sin* нічого не змінили. *Були* мільйони  
*educación, sin salud, sin medicamentos,* людей без освіти, без здоров'я, без  
*sin libros, sin alimentos, nada* ліків, без книжок, без їжі, *вони нічого*  
*cambiaron...* [84]. *не поміняли.*

Також жінки часто використовують семантично порожні оцінні прикметники (*absoluto, encantador, dulce, adorable, tremendo, significativo, fenomenal, desesperado, solemne*), нагромаджуючи їх у синонімічному ряді з різними експресивними і стилістичними відтінками. Використання більшої кількості прикметників вказує на те, що, коли жінки хочуть описати свої почуття, вони, як правило, більш уважні та чутливі до навколишнього середовища та оточуючих:

*Ojalá ellos fueran así, de* Я б хотіла, щоб вони були  
*simples y espontáneos que nació lo* такими, *простими і спонтанними,*  
*firme. Poco o nada entiende de* щоб я народилася з характером. Він  
*procesos sociales persistentes,* майже нічого не розуміє про  
*desafiantes, testarudos e impertinentes* наполегливі, складні, вперті й зухвалі  
*de un pueblo que nunca durmió* [84]. соціальні процеси народу, який  
*завжди насторожі.*

*Pero uno también puede pasar por encima del miedo, elevarse, desplegar las alas, y subir, volar alto, alto, alto, alto, hasta las estrellas, allí donde cada uno de nosotros queremos llegar [107].* Але можна також пройти через страх, злетіти, розправити крила і піднятися, літати високо, високо, високо, аж до зірок, куди кожен із нас хоче потрапити.

З'ясувалося, що жінки вживали у 10 разів більше приметників, ніж чоловіки. Таким чином, це відповідає твердженню Уордо Р., що жінки, як правило, використовують експресивні мовні засоби, щоб висловити своє ставлення та думку чи навіть з метою маніпуляції та впливу [70, с. 190]:

Не рідко жінки вдаються до використання інтенсифікаторів та прикметників у вищому та найвищому ступені. Як вважає Фельман Ф., жіноча вербальна репрезентація «завжди більш декоративна, ніж чоловіча», тому жінки схильні до використання фразеологічних одиниць [22, с. 148]:

Жінки тяжіють до образності у своїй мові, використовуючи метафори, епітети, порівняння та градацію:

*Durante años las organizaciones de bases coordinadoras, los centros de padres, las joyas comunes, los territorios organizados, los centros de alumnos, los artistas del pueblo, las mujeres, los trabajadores compartían el diagnóstico, nada ha cambiado* [84]. *Роками координуючі низові організації, батьківські осередки, спільні кошти, упорядковані території, студентські осередки, митці міста, робітники ділилися діагнозами, нічого не змінилося.*

*La vida sea puesta dentro de las decisiones públicas, esa tinta tiene sangre sudor y lágrimas de nuestra gente, esa tinta la voz, sus apremios, sus dolores, sus miserias, sus rezagos* [84]. *Життя вкладається в суспільні рішення, що підписані кривавим чорнилом, потом і сльозами нашого народу, це чорнило — голос, його пориви, його біль, його нещастя, його відсталість.*

**Тенденція до гіперболізації.** Жінки часто використовують лексико-морфологічні засоби гіперболізації, надаючи повідомленню емоційності:

*El catastro completo de los* Повний кадастр  
*desamparos, tanto los caídos, son tantos* безпритульних, *obezdolених,*  
*los torturados que ni el tiempo alcanza* мучеників, *що не вистачить часу*  
*para nombrarlos, las lágrimas no* назвати ім'я кожного з них, *ні сліз,*  
*alcanzarán ni tampoco el tiempo para* щоб оплакати кожного.  
*llorar* [84].

**Тенденція до вживання модальних слів та суб'єктивного способу дієслова.** Жінки рідше нав'язують власну думку та претензії іншим. Фактично, вони дають привід для роздумів. Крім того, вони, як правило, використовують слова, що виражають модальність (*quizá(s), tal vez, probablemente, posiblemente, acaso, seguramente, a lo mejor, parece que, puede ser que, ser posible que, ser probable que*) частіше, уникаючи прямих тверджень [75, с. 57].

**Тенденція до вживання зменшувально-пестливої лексики.** Жінки вживають демінутиви, що мають оцінно-емотивну мейоративну семантику та несуть додаткову конотативну інформацію [67, с. 198]:

*No quiere. ¡Este! Es que es un* Не хоче. Ось цей! Просто він  
*poco tímido. ¡Y qué mono! ¿Verdad?* трохи сором'язливий. А як мило!  
*Tan redondito...* [82] Правда? Такий круглесенький...

*Y estamos ende el camino, en el* І ми на шляху, на шляху до  
*camino de querernos un poquito más. Y* того, щоб полюбити один одного  
*es muy fácil. Son 3 sencillo pasos* [82]. трішечки більше, і це дуже легко.  
 Це 3 простих кроки.

**Тенденція до вживання пасивного стану дієслова.** Підтверджено, що чоловіки частіше використовують дієслова активного стану, а жінки – пасивного. Пояснюють це тим, що чоловіків виховують так, щоб вони завжди були готовими діяти [5, с. 48].

**Тенденція до повторювання особових займенників.** Жінки у своїх промовах не упускають займенники (yo, nosotros, ustedes) і повторюють їх у кожному новому реченні:

*Y yo no me caigo «divine», así. I я не падаю «по-  
Yo, cuando me caigo, me caigo así. Y божественному». Коли я падаю, я  
estoy yo ahí estirada en medio paso de падаю так. I я лежу, розпелехана,  
cebra, un tacón allí, un tacón allá, la посеред пішоходного переходу, один  
falda aquí, ¿sí? Y yo lo entiendo, yo туфель там, інший - там, спідниця  
también tendría miedo [82]. стирчить. I я розумію, я боялась.*

**Тенденція до використання складних синтаксичних конструкцій.** В усній мові жінок переважають складні сполучникові речення з різними видами зв'язку [9, с. 165]:

*Me acuerdo el primer día de la Пам'ятаю, коли у перший день  
secundaria, entró la profesora de у школі зайшла вчителька  
literatura, ella entró al aula, miró a літератури, вона увійшла до класу,  
todos detenidamente, se detuvo enfrente уважно подивилася на всіх,  
de mí, y me dijo este oráculo: “No зупинилася переді мною, і цей оракул  
aprobarás la clase a menos que сказав мені: «Ти не закінчиш  
consigas un profesor particular”, pero семестр, якщо не знайдеш  
para entonces, yo ya hablaba perfecto el приватного вчителя. " Але на той час  
español - creo que mejor que ahora я вже говорила іспанською вже  
porque hace años que me fui, y me sentía добре, я думаю, що краще, ніж зараз,  
forzada a elegir entre mi identidad тому що я давно переїхала, і я*



*argentina y la coreana* [98]..

відчувала себе змушеною вибрати між своєю аргентинською та корейською ідентичністю.

**Тенденція до опису деталей.** У розповідях жінки схильні деталізувати до найменших дрібниць. Наприклад, описуючи не просто колір, а відтінок, та розгорнуто змальовуючи не надто суттєві подробиці:

*Marco algunas líneas guías, y así determino la estructura en donde estas palabras van a existir. Ahí puedo empezar a darle forma a cada letra, y trabajo con cuidado. Le dedico tiempo a cada una sin perder de vista el todo. Dibujo las terminales de esas letras con atención. ¿Son cuadradas o redondas? ¿Son puntiagudas o gorditas y suaves?* [96].

Я позначаю деякі основні лінії, і таким чином я визначаю структуру, де розмістити кожне слово. І я починаю виводити кожну літеру, працюю акуратно. Я присвячую час кожній деталі, не втрачаючи з поля зору загальну картину. Я ретельно малюю риси цих букв. Вони квадратні чи круглі? Вони гострі, випуклі, чи м'які.

*Entonces yo quise crear una imagen más dura, más contundente, ¿de acuerdo?, algo más agresivo y me puse el disfraz de ejecutiva: americana, vestido entallado, tacones de 12 centímetros pelito corto platino, gafas de gato... Y no sé si os habéis fijado, pero mis facciones y mi cuerpo se parecen más al rex que al diplodocus. Entonces yo, con todo esto, me voy paseando por la calle Urgell de Barcelona,*

Тож я хотіла створити більш жорсткий, енергійний образ, чи не так? Щось агресивніше, і я перетворила свій образ на образ американської менеджерки: блейзер, приталена сукня, 12-сантиметрові підбори, коротке волосся платиного кольору, окуляри а-ля cat-eye... І я не знаю, на чи ви звернули увагу, але мої риси обличчя і моє тіло більше схожі на рекса, ніж на диплодока. Отже, з усім цим, я іду

*tranquilamente, así, pensando que lo estaba petando, Y de repente... Me caigo [82].*

*вулицею Ургель в Барселоні, спокійно, ось так, думаючи, що я на висоті. І раптом... А падаю.*

**Тенденція до прямих цитувань.** Жінки частіше передають чиїсь висловлювання дослівно використовуючи пряме цитування замість непрямой мови:

*Nunca supe si mi madre lo dudo o si lo imaginaba siquiera porque ella jamás me dijo: “No puedes. No debes. No sigas. No lo vas a lograr mamá”. “Mamá, voy a ser diputada”, y ella: “Bueno, si es loque quieres hazlo”. “Mamá, voy a escribir un libro”, y ella: “Si te hace feliz, adelante”. Así con todos los proyectos de estos años incluso los más locos para hacer con una con una silla pegada al culo. Por ejemplo, “Mamá, que me voy al desierto Sahara a llevar latas de sardinas en un 4x4 a los refugiados” y ella: “Hombre, pues habrá que inventar algo para que vayas al baño de las dunas”[95].*

*Я ніколи не знала, чи моя мама коли-небудь мала сумніви, чи навіть задумувалась про це, бо вона ніколи не говорила мені: «Ти не зможеш. Тобі не варто. Тобі не слід. Ти цього не досягнеш». «Мамо, я буду депутатом», а вона: «Ну, якщо ти хочеш, то вперед». «Мамо, я напишу книжку», а вона: «Якщо це робить тебе щасливою, то вперед». Так з усіма проектами цих років, навіть найбожевільнішими, з тим, у якому стілець прилип до дути. Наприклад, «Мамо, я їду в пустелю Сахара, щоб відвезти біженцям банки сардин на позашляховику», а вона: «Боже, треба щось вигадати, щоб ти прийняла душ серед дюн».*

### 2.2.2. Характеристика вербальної репрезентації чоловіків

#### Тенденція до вживання аргументативних дискурсивних маркерів.

Говорячи про зв'язок між частинами висловлювання, чоловіки будують логічні ланцюжки на ієрархії, чітко і однозначно будуючи речення та використовуючи конектори причинно-наслідкового зв'язку (*pues, así pues, así entonces, por tanto, por consiguiente, consecuentemente, por consecuencia, por ende, de ahí*).

**Тенденція до чіткої та однозначної побудови питальних речень.** На відміну від жінок, чоловіки формулюють питання прямолінійно, не вдаючись до використання розділового чи риторичного питання:

<p><i>Me refiero, con orgullo, a las campañas que desde nuestra agencia en Bogotá desarrollamos como parte de esta estrategia militar. ¿Cómo algo tan inefable puede haber sucedido? Comenzó hace más de 10 años cuando estando en mi oficina recibo una llamada del Ministerio de Defensa... [106].</i></p>	<p><i>Я з гордістю згадую кампанії, які ми розробляємо у нашому агентстві в Боготі як частину цієї військової стратегії. Як могло статися щось таке, що словами описати не можна? Це почалося більше 10 років тому, коли, перебуваючи в кабінеті, мені зателефонували з Міністерства оборони...</i></p>
--	---

**Тенденція до використання абстрактних іменників.** Чоловіки частіше використовують поняття, що не мають реального втілення та сприймаються виключно уявою [55, с. 194-195]:

<p><i>Gracias sobre todo a la <u>tenacidad</u> y <u>perseverancia</u> de tantas mujeres que han llevado a cabo una poderosa <u>tarea</u></i></p>	<p><i>Насамперед, дякую <u>наполегливості</u> та <u>впертості</u> багатьох жінок, які виконували</i></p>
--	--

*de reivindicación colectiva. Pero pesará* важливе для суспільства завдання. *Ta luego la labor de personas como ella* робота таких людей, як вона, які не *que no albergan duda alguna acerca de* сумніваються в рівних правах для *la igualdad de derechos de todas las* всіх, згодом матиме значення. *personas* [102].

**Тенденція до використання присвійних займенників.** Чоловіки частіше використовують займенники у присвійній формі (*mi, tu, nuestro, su*) через звичку диференціювати об'єкти та явища і виявляти приналежність [14, с. 102]:

*Este año estaba convencido, mi* Цього року я і моя сім'я були *familia y yo, de que íbamos a seguir* переконаними, що ми і далі *acá y vamos a seguir en nuestra casa,* житимемо тут, в нашому домі, і це *que era lo que más queríamos siempre* було причиною чекати кожної *sobre el próximo viernes, tan nuestro,* п'ятниці, все таке рідне, що було в *el estar en nuestra casa y seguir* нашому домі та впливало на наше *decretando de esta vida* [87]. *життя.*

**Тенденція до використання активного стану дієслова.** Такі дієслова роблять мовлення динамічнішим та чіткішим, а часові форми надають висловлюванню послідовності:

*Yo he tenido la oportunidad de* У мене була можливість *conocer a un cineasta en particular* зустріти не просто особливого *pero a un artista en general con la* режисера, але й митця, і ти, як *lealtad que tú le tienes a tu cine. Nunca* ніхто, відданий кінематографу. Ти *jamás te has traicionado por nada, he* ніколи ні за що не зраджував себе, я *aprendido tanto de ti no solamente del* так багато навчився від тебе не *mundo del arte, del mundo del cine sino* лише зі світу мистецтва, зі світу *de la vida* [85]. *кіно, а й із життя.*

**Тенденція до застосування наказів та імперативу.** На відміну від жінок, які шукають ввічливі мовні засоби та використовують умовний спосіб дієслова, чоловіки надають перевагу наказовому способу:

*Voy a insistir en la pregunta a ver*                      *Я буду наполягати на питанні,*  
*si esta vez le entra por el canal* щоб побачити, чи цього разу він  
*ordinario, y sus neuronas se* увійде через звичайний вхід, і його  
*recomponen y logra ordenar el* нейрони перекомпонуються, і йому  
*pensamiento. La única que le quedaba,* вдасться впорядкувати свої думки.  
*¡es tremendo! Maestro Reverendo, echa* Єдиний вихід, що у нього залишився,  
*mano del guión y dinos ¿qué canción* лякає! Ваше Величносте, візьміться  
*vamos a interpretar esta noche?*[115]. за сценарій і скажіть нам, яку пісню  
ми будемо виконувати сьогодні  
ввечері?

**Тенденція до відсутності оцінювань.** Зазвичай, якщо оцінка присутня, вона буде радше з ознаками негативної конотації:

*Reconozco el hecho de no haber*                      *Я визнаю той факт, що я не*  
*intervenido como lo hicieron otros* втручався, як інші президенти, в  
*presidentes en las pasadas elecciones* президентські вибори. Ми вже  
*presidenciales. Hemos padecido ya* постраждали від цього  
*ese atropello antidemocrático* у недемократичного підходу і цінуємо  
*valoramos el que el presidente en* те, що діючий президент поважає  
*funciones respete la voluntad del* волю народу.  
*pueblo* [97].

**Тенденція до вживання обценної лексики.** Прямолінійність висловлювання чоловіків не виключає застосування ненормативної лексики навіть на публіці:

*Mi único propósito es que todo vaya bien y estoy seguro que los anteriores y presentes también han tenido otra misión más que joder a México [111].*

*Моя єдина мета полягає в тому, щоб все пройшло добре, і я впевнений, що усі попередники та теперішні чиновники також мали іншу мету, і точно не хотіли просрати Мексику.*

**Тенденція до вживання кліше.** Якщо жінки у своїй мові тяжіють до пошуку метафор, чоловіки скоріше вдаються до використання усталених мовних виразів:

*Es el tema de esta tarde y México hay vientos de cambio. Hay vientos de cambios en las economías y hay vientos de cambio en la política. Hablemos de su visión sobre estos cambios que están pasando en América Latina [113].*

*Це тема сьогоднішнього дня, і в Мексиці вітер змін набирає сили. Є вітер змін в економіці і є вітер змін у політиці. Давайте поговоримо про ваше бачення цих змін, які відбуваються в Латинській Америці.*

## Висновки до розділу 2

Медіадискурс – це сукупність процесів і продуктів мовленнєвої діяльності в сфері масової комунікації у всьому багатстві і складності їх взаємодії. При вивченні функціонально-обумовлених дискурсів взагалі і медіадискурсу зокрема, необхідно враховувати, що концепція дискурсу традиційно відмежовується від поняття «текст». Це пов'язано з тим, що дискурс в першу чергу асоціюється з усним мовленням, до поняття якого входять і власне публічні виступи.

Публічною називають таку промову, яка розрахована на широку аудиторію та має певну інтенцію. Публічна промова – особлива форма мовної діяльності в умовах безпосереднього спілкування. За своїм характером публічна промова являє собою монолог. Однак чітких меж між монологом і діалогом немає, оскільки в будь-якому монолозі присутні елементи діалогу, а публічний виступ як складний процес спілкування зі слухачами є процесом не одностороннім, а двостороннім. Переважно у публічних промовах реалізується усна форма літературної мови, та жоден публічний виступ не виключає імпровізації.

Можна виділити такі основні види публічних промов: розповідь, яка має на меті поділитися досвідом спікера; демонстраційна промова, яка має на меті ознайомлення з певним явищем чи механізмом; інформативна промова, яка має на меті повідомляти; агітаційна (чи промова-переконання), яка має на меті схилити слухачів до певної думки чи дії; розважальна промова, яка має на меті розвеселити слухачів.

Існує гендерна специфікація мови спікерів. Мова жінок зазвичай емоційніша за мову чоловіків, на лексичному рівні це проявляється у вживанні експресивно забарвленої лексики, метафор, порівнянь і епітетів. В лексиконі жінки більше слів, що описують почуття, емоції, психофізіологічні

стани. Також особливо помітні відмінності в лексичному складі словникового запасу.

У мові жінок більше прикметників, прислівників, вставних слів та словосполучень, а чоловіки частіше використовують дискурсивні конектори, щоб зробити висловлення логічним. Жінки мають тенденція до вживання конкретних іменників, а чоловіки – абстрактних. Чоловіки надають перевагу дієсловам активного стану, а жінки – пасивного.

Для жінок характерне прагнення до дотримання мовних правил і норм, в той час як чоловіки можуть вжити обценну лексику. Жінка в своїй промові намагається уникати елементів «панібратського» звернення: кличок, прізвиськ, принизливих звернень-номінацій. Жінки більше, ніж чоловіки, використовують у своїй промові літературні форми і зразки мовлення. Жінка орієнтується на загальноновизнані норми соціальної та мовної поведінки, демонструючи тим самим «відкритий» соціальний престиж, в той час як чоловік тяжіє до так званого «прихованого» престижу: до ухилення від норм і правил у спілкуванні.



## РОЗДІЛ 3

### АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДУ ГЕНДЕРНИХ МАРКЕРІВ У ПУБЛІЧНИХ ПРОМОВАХ

Питання гендеру в перекладі розглядалося з багатьох точок зору. Незважаючи на сучасне визнання множинної, а не подвійного поняття соціокультурної статі, у науковій літературі на цю тему домінують дослідження відмінності чоловічої та жіночої мови. За даними гендерних лінгвістичних досліджень у мовній поведінці між чоловіками та жінками існує низка відмінностей, обґрунтована вибором лексичних одиниць, синтаксичних структур та стилістичних фігур [37, с. 190-192]. Сьогодні гендер розглядають як цілий комплекс базових асоціацій, які стимулюють творчий процес, вступаючи в синтез із оригінальними асоціаціями [10, с. 145]. Саме тому гендерний аспект заслуговує на окрему увагу при перекладі, інакше може статися ситуація, при якій текст не буде адекватно сприйнятий носіями мови. Таким чином, ми можемо виділити гендерний аспект як складну перекладацьку проблему. Його необхідно враховувати під час процесу перекладу, особливо під час роботи з публічними промовами.

Гендерний чинник у перекладі публічних промов може бути структуротворчим елементом тексту оригіналу та перекладу. Перекладач, будучи основною ланкою в процесі міжкультурної комунікації, «створює у своєму власному гносеологічному континуумі модель вихідної думки, причому її адекватність залежатиме від багатьох факторів: від ступеня поінформованості перекладача, від відстані між автором вихідного тексту та перекладачем, а також від характеру мислення» [15, с. 170]

### 3.1. Особливості перекладу гендерних маркерів на матеріалі промов іспанських спікерів-жінок

Жінки у своїх публічних промовах висловлюються емоційніше, часто вживаючи лексичні повтори. Лексичний повтор – це найбільш загальний, поширений спосіб зв'язку самостійних речень, що відповідає їх характеру, природі як структурно закінчених одиниць. У ньому виражається їх структурна співвіднесеність, найтісніший синтаксичний зв'язок. Повтор суворо обумовлений, можуть повторюватися окремі слова чи цілі синтаксичні структури. Спікер у промові повторює не будь-яке, довільно обране слово попереднього компонента тексту, а тільки те, що несе на собі логічний наголос. Дослідник Будагов Р. А. кваліфікує їх як «свідомі повтори», роль яких зводиться не до граматичної, а до стилістичної організації промови, і зазначає, що повторення має певну мету, найчастіше – емоційно-експресивну. Про широке використання лексичного повтору свідчить мовна практика [8, с. 165].

Завданням перекладача є передати цю стилістичну фігуру, адже вона робить мову ритмічнішою та привертає увагу слухачів:

<p><i>Era como una meta que en el camino <u>no perdiéramos el alma, no perdíamos nuestras raíces, no perdiéramos nuestros valores</u> y más que una rivalidad [94].</i></p>	<p><i>Це була наша ціль, щоб на шляху до успіху ми <u>не втратили душу, не втратили коріння, не втратили цінностей</u>, це було більше, ніж просто суперництво.</i></p>
---	---

Та дослівний переклад повторів не завжди є доречним, адже проблема перекладу повторів полягає в тому, що українська мова більш вразлива до тавтології, плеоназму, контактного або близького розташування однокорінних слів, алітерації. При передачі лексико-синтаксичних повторів

перекладачеві приходится компенсувати повтори, щоб не порушувати правила стилістики української мови.

У даних випадках повтор доречно замінити прислівником, що підсилює значення і буде більш притаманним для української мови:

*Muchas gracias ya estás viendo que esto es de verdad muu, muu emocionante... [100].* Велике вам дякую, і зараз ви можете спостерігати, наскільки сильно це захоплює...

*Yo tenía la culpa y que no iba a parar de caer y caer y caer si no acababa con este problema [82].* Я відчувала провину, і я безперестанку страждала, ця проблема нікуди не зникала.

Також для перекладу можна скористатися прийомом модуляції, щоб зберегти правила стилістики української мови:

*A pesar que eran mis padres los que se estaban peleando por razones y razones era yo la que tenía que ser evaluada [82].* Мої батьки вічно сперечалися, знаходячи на це тисяча і одну причину, та насправді увагу потрібно було звертати саме на мене.

Ще однією фігурою, яку жінки часто використовують в промовах, є стилістичний засіб перелічення чи нагромадження (аккумуляція, ампліфікація, клімакс):

*No les creemos porque cuando una mujer cuenta lo que le pasó, dice cosas que no nos imaginamos, que nos perturban, que no esperamos escuchar, que nos asombran [117].* Ми їм не віримо, тому що коли жінка розповідає, що з нею трапилося, вона говорить речі, які ми не уявляємо, які нас турбують, які ми не очікуємо почути, які нас дивують.

Будь-яка зі стилістичних фігур нагромадження емоційно посилює визначення чи твердження. Ампліфікація є одним із засобів посилення поетичної виразності мови, ознакою високого стилю, тому завданням перекладача є адекватний переклад і пошук відповідників у мові перекладу. Стилiстичний аспект перекладу необхідний перекладачевi, без нього еквiвалентний переклад неможливий. Саме стилістичний аспект мови відповідає не лише за переклад з мови оригіналу на мову перекладу, а й за особливості та майстерність перекладача. Адже від того, як перекладач здатний передати зміст стилістичних одиниць і залежить переклад оригіналу. Експресія при перекладі надає більшої виразності вихідному тексту [45, с. 96].

Також на лексичному рівні жінкам притаманний такий прийом як використання емоційно-забарвленої лексики, завдяки якій здійснюється вплив на емоції та почуття адресата, і тим самим спікер не залишається без реакції у відповідь. Емоційно-забарвлена лексика покликана не просто позначити предмети та явища, а й наділити їх додатковим змістом, створюючи таким чином конкретну емоційну атмосферу та додаючи повідомленню жвавості. Зазвичай у таких слів з'являється яскраво негативна або яскраво позитивна семантика:

<i>Es verdad que hace diez años</i>	<i>Правда, десять років тому я</i>
<i>fui a una fiesta <u>bellísima, elegante,</u></i>	<i>вперше відвідала <u>красивезну,</u></i>
<i><u>de un buen gusto, de una</u></i>	<i><u>елегантну вечірку, з хорошим</u></i>
<i><u>sofisticación con una mezcla de</u></i>	<i><u>смаком, витонченістю, з безліччю</u></i>
<i><u>personalidades</u> [94].</i>	<i><u>людей...</u></i>

Беззаперечно, мова жінок емоційна, що передбачає широке використання метафоричних виразів та фразеологічних одиниць. Існує кілька класифікацій перекладу метафор. Наприклад, Ньюмарк виділяє такі стандартні процедури перекладу метафор: 1) збереження аналогічного метафоричного образу, тобто дослівний переклад; 2) переклад метафори

порівнянням; 3) заміна еквівалентною метафорою мови перекладу; 4) збереження аналогічного метафоричного образу з додаванням пояснення, яке робить основу порівняння експліцитною; 5) перефразування [68, с. 295].

У даному випадку збереження аналогічного метафоричного образу шляхом дослівного перекладу неможливе, тому доречним буде додавання пояснення:

*Buenas noches a todos. Es un honor para mí ser la persona encargada de darle este importante premio a mi amiga del alma..* [93]. *Доброї ночі всім. Для мене велика честь бути особою, відповідальною за вручення цієї важливої нагороди моїй подрузі, моїй спорідненій душі...*

Для перекладу даної метафори є доречним використання порівняння:

*Esta profesión no hace más que crecer, este oficio te regala momentos en los que el alma vuela, aumentos en los que necesitas desprenderte de tu ego para intentar comprender todas esas diferentes y fascinantes vidas y entregarles a cada una de ellas, toda la dignidad y respeto que se merecen sin juzgarles...* [92]. *Ця професія допомагає розвиватися, ця діяльність сповнює тебе моментами, коли душа неначе літає, злетити, коли тобі потрібно позбутися свого еґо, щоб збагнути всі ці різноманітні та захоплюючі моменти життя і віддати кожному з них всю гідність і повагу, яку вони заслуговують, без осуду...*

Для метафори *navegar las turbias aguas* в українській мові є еквівалент, який навіть зберігає один із ключових образів стилістичної фігури:

*Encontré una compañera para navegar las turbias aguas de una carrera como actriz en Hollywood* *Я знайшла подругу, з якою під час акторської кар'єри у Голлівуді пліч-о-пліч проходила через вогонь і*

*acompañada de alguien que me воду; подругу, яка мене надихала і inspiraba y me monitoreaba [94].* яка мене направляла...

Гіпербола *matar de risa* може перекладатися за допомогою української фразеологічної одиниці (ФО), оскільки дослівний переклад не є виправданим у даному випадку, а ФО збереже емоційне забарвлення висловлювання:

*Yo casi llorando de frustración* *I я, ледь не плачучи від*  
*me empecé a matar de la risa y creo* *розчарування, почала заходитися*  
*que son momentos como esos los que сміхом, i мені здається, що таке*  
*salgan personas en sitios en las трапляється з людьми у*  
*desesperantes [82].* *найнеочікуваніших місцях...*

ФО можна перекласти за допомогою неповного, або часткового еквіваленту. ФО є такою ж самою або близькою за значенням, але з іншою внутрішньою формою та образними змістами:

*No estoy aquí por supuesto* *Вочевидь, я знаходжуся тут*  
*para llorar sobre la leche derramada не для того, щоб плакати над*  
*ni para reflexionar sobre el pasado розбитим коритом чи шкодувати*  
*sino más bien sobre los pasos que про минуле, а радше для того, що*  
*podemos dar de cara al futuro para обдумати кроки, які ми можемо*  
*que nuestras generaciones y nuestras зробити для майбутнього, щоб*  
*naciones no fracasen otra vez [91].* *майбутні покоління та наша нація*  
*процвітала.*

Для надання мові виразності жінки використовують емпатичні структури та інверсію. Однією з таких характерних рис емоційної мови є реалізація в ній тенденції до актуалізації задуму висловлювання. Про це свідчить переважне вживання у мові слів із чіткою позитивною чи негативною конотацією, підсилювальних частинок, вигуків, слів зі значенням

семантичної безвиключності, специфічних синтаксичних конструкцій (інверсія, підсилювальні конструкції тощо). Деякі емпатичні конструкції в українській та іспанській мовах збігаються, але найчастіше збіг є частковим або відсутній через відмінності мовних систем. У зв'язку з цим переклад емпатичних конструкцій викликає певні труднощі. Досить часто емпатичність іспанських синтаксичних конструкцій при перекладі українською доводиться компенсувати лексичними засобами, вдаючись до прийомів компенсації, додавання та транспозиції:

*A pesar que eran mis padres los que se estaban peleando por razones y razones y razones era yo la que tenía que ser evaluada y allí es cuando aprendí del fenómeno de dibujo una persona bajo la lluvia [82].*      *Хоча саме мої батьки сперечалися через тисяча і одну причину, коли увагу потрібно було звертати якраз таки на мене, адже саме у той момент я дізналася про феномен картинки людини під дощем...*

*Estoy convencida, bueno, convencidísima de que por lejos la mejor forma de combatir la pobreza en américa latina' es invirtiendo en la educación de nuestros jóvenes y niños y hacerlo especialmente desde los meses previos a su nacimiento*[91].      *Я більш ніж переконана, що найкращий спосіб боротьби з бідністю в Латинській Америці — це інвестувати в освіту нашої молоді та дітей з перших місяців їхнього життя.*

*Así que me pregunto yo por qué no aprovechar esa inmensa oportunidad que tenemos en nuestras manos para luchar contra la pobreza*      *І я сама собі дивуюся, чому б не скористатися цією величезною можливістю, щоб боротися з бідністю, щоб разом знайти розумні*

*para encontrar juntos soluciones* рішення спільних проблем.  
*inteligentes a los*  
*problemas comunes* [91].

Важливим є адекватний переклад слів чи словосполучень, що містять гендерний компонент, який вказує на стать референта. Фемінізація іспанської мови відбувається за рахунок присутності у ній граматичного роду, відповідних флексій та артиклів. З низки проаналізованих публічних промов можемо зробити висновок, що жінки у своїх промовах часто роблять акцент на статі людини/ людей, про яку/ яких йдеться мова [27, с. 25]:

*Yo había oído hablar tantas veces de la rivalidad y las zancadillas entre las actrices de hollywood que la actitud de Salma fue una sorpresa muy agradable, Salma me vino a buscar y no me dejó irme a ningún hote,l me cogió de la mano y me alojó en su casa* [93].  
*Я стільки разів чула про суперництво та зради між голлівудськими актрисами, що ставлення Сальми мене приємно здивувало, коли вона приїхала зустріти мене і не дозволила заселитись у готель, вона взяла мене за руку і запросила до свого будинку.*

Фемінітиви варто перекладати номінаціями жіночого роду, тобто фемінітивами, коли перекладаємо іменники, зокрема номінації професій та слова-реалії:

*Estoy convencida de que llegará aún más lejos en todo lo que se proponga en la vida, ya sea como productora, como directora, como la actriz que nos sigue sorprendiendo en cada una de sus interpretaciones, pero sobre todo como la mujer tan*  
*Я переконана, що вона досягне висот у всьому, чим займається у житті як продюсерка, як режисерка, як актриса, яка продовжує дивувати нас у кожному зі своїх виступів, але перш за все як особлива жінка, якою вона є, все, бо*



*especial que es todo lo que toca tiene su ángel, su encanto* [93].

все, до чого вона торкається, сповнюється її ангельською чарівністю.

*Protestaban las sufragistas en colombia en 1919 para que las dejaran ir con zapatos* [81].

У 1919 році в Колумбії суфражистки протестували, щоб їм дозволили носити взуття на роботу..

*Hemos sido parte de nuestra evolución como mujeres, como actrices, como esposas, como madres, juntas y después de 10 años aquí es muy especial para mí este premio lo reciba de alguien que ha sido un pilar en mi vida y que me ha inspirado como pocos...* [94].

Ми разом розвивалися як жінки, як актриси, як дружини, як матері, разом, і через 10 років тут для мене є особливим те, що ця нагорода була вручена людиною, яка була опорою в моєму житті і яка надихнула мене як ніхто інший...

*Es muy emocionante ver desde cerca sus ganas de mejorar la vida de la gente y su especial compromiso con la condición femenina y con el lugar que la mujer ocupa en el mundo también como todos sabéis es una gran emprendedora y tiene una capacidad extraordinaria* [93].

Дуже захоплює спостерігати її бажання покращувати життя людей та її особливу прихильність до жіночого стану та місця, яке жінки займають у світі. Як ви всі знаєте, вона чудова підприємця і має надзвичайну здатність вирішувати проблеми.

Труднощі можуть викликати прикметники жіночого роду, яким неможливо знайти відповідник в українській мові, та в такому випадку референс є очевидним з контексту повідомлення, тож перекладач може вдаватися до опущення, не створюючи гендерної асиметрії тексту [59, с. 15]:

*Cuando se habla de la ambición de actrices o de actores es cierto y puede ser muy sano, pero pena lo que yo teníamos una ambición diferente, tenemos mucho más ambiciosos y ambiciosas que todos los demás porque queríamos ser muy buenas actrices y era muy importante para nosotros también ser muy buenas personas [94].*

Коли справа доходить до амбіцій актрис чи акторів, звичайно, вони можуть бути розсудливими і мати здорові амбіції, але шкода, що ми були набагато абмітнішими, ніж інші, тому що ми хотіли бути професійними акторками актрисами, і для нас було надзвичайно важливо залишатися хорошими людьми.

Окрім цього, труднощі можуть викликати займенники, що мають гендерну маркованість. Для адекватності перекладу перекладач може скористатися прийомом додавання та конкретизації:

*Es un tema que a mí me apasiona y que me ha dado muchas respuestas para la vida, es un lente que me ha demostrado muchísimas desigualdades que no solamente me afectan a mí particularmente sino que nos afectan a todos, pero especialmente a todas. [81].*

Це тема, якою я захоплююся, і яка дає мені багато відповідей на всі питання життя, це лінза, яка дозволила побачити мені нерівність, яка впливають не лише на мене зокрема, але на нас, жінок.

*Pero es que a nosotras nos matan por tener una relación sentimental eso es lo que es el feminicidio [81].*

Але справа в тому, що вони вбивають нас, жінок, за сентиментальність, і це є тим, що називається феміцид.

*Entonces todas nosotras lo*

Тому всі ми, жінки, двічі

*vamos a pensar dos veces antes de* подумаємо, перш ніж вирішити  
*decidir ser pesistas* [81]. *стати важкоатлетками.*

Знання правил формування та вживання гендерно-коректних номінацій у іспанській та українській мовах, а також врахування даних лексичних одиниць при перекладі є сьогодні невід'ємним компонентом для формування соціолінгвістичної компетенції, тому перекладачу необхідно апелювати до змістових компонентів тексту перекладу, оперуючи глибинними семантичними категоріями та відтворюючи правильні конотації.

У рамках жіночого когнітивного сегменту значна кількість лексичних одиниць, що служать гендерними концептами, що представлені емотивно-оцінним апеляціями. До постійних ознак гендера як соціальної статі можна віднести його ритуалізованість та перформативність. Згідно зі своєю природою, у рамках соціальних інститутів та інтеракцій гендерні категорії стають типовими та впізнаваними для всіх членів даного суспільства. У міжособистісному спілкуванні ставлення до мужності і жіночності містять «за замовчуванням» прописані індивіду нормативи типу поведінки й місця у суспільстві залежно від гендерної приналежності, а не з його волі й намірів. У суспільних ритуалах постійно присутня дихотомія «чоловіче – жіноче», численні форми спілкування людей один з одним, самопрезентація ритуалізує гендерну ідентичність, тому твердження того, що жінки часто піднімають тему сім'ї та стосунків, не є стереотипним:

*Le dedico este premio a mis* Я присвячую цю нагороду двом  
*dos preciosos hijos ya mi marido* моїм дорогим дітям, моєму  
*javier el compañero de viaje más* чоловікові Хав'єру, найкращому  
*maravilloso que se puede tener y si él* супутнику у моєму житті, бо він  
*también estaba incluido en mis* також був частинкою моєї мрії, і  
*sueños y está aquí contigo* він тут зараз зі мною. Дякую тобі.  
*gracias* [92].

Для збереження емоційності висловлення необхідно передати конотативне значення лексичної одиниці, інакше переклад не може вважатися еквівалентним. Через цю причину важливо розпізнати емоційну реакцію спікера:

<p><i>Aunque yo pensé que esto no iba a pasar encontré el amor, y el amor me trajo europa y el apoyo de un hombre completamente excepcional me transformó y me dio también el motor y quizá el motor más fuerte de continuar este trabajo y de tratar de ser la mejor persona [94].</i></p>	<p><i>Хоча я думала, що це ніколи не трапиться зі мною, але я знайшла кохання, і через це кохання я зараз тут, в Європі, любов і підтримка абсолютно виняткової людини змінили мене, а також стали рушієм і, можливо, найсильнішим рушієм, що спонукав мене продовжувати кар'єру та ставати кращою людиною.</i></p>
---	---

<p><i>Cada día cuando me levanto porque siento que debo de merecer me el privilegio de tener a un esposo como mi marido a mi lado que me ha apoyado el todo, que me ha empujado a hacerme las preguntas que nunca me hubiera hecho, que ha creído en mí como nunca había creído nadie, que vio en mí cosas que no vio nadie, que me ha apoyado en los momentos donde me quise dar por vencida o encontrar caminos más cómodos me empujó [94].</i></p>	<p><i>Кожен день я прокидаюся, бо відчуваю, що заслуговую на привілей мати такого чоловіка, як мій, поруч, який підтримував мене у всьому, який направляв мене, який змушував задавати питання, які я б сама ніколи не задала, який завжди як ніхто інший вірив у мене, який бачив речі, які на бачив ніхто інший, який змушував мене шукати рішення у моменти, коли я була готова здатися чи шукати простіший вихід із ситуації.</i></p>
---	---

Залежно від того, яка модель відносин переважає у суспільстві, змінюються і соціально-культурні ставлення до маскулінності і фемінності. Можна говорити про переважання в сучасному західному суспільстві егалітарних гендерних відносин, у суспільстві спостерігається поєднання егалітарної моделі з патріархальними традиціями, які впливають на ставлення до сім'ї та шлюбу.

Теорія соціального конструювання гендера пов'язана з поняттям гендерних технологій, тобто способів, механізмів, каналів формування гендеру та закріплення прийнятих ідентифікацій у колективній свідомості. Дієвою складовою гендерних технологій є дискурсивні механізми, які визначають та регламентують форми та стадії становлення гендера, ключовим моментом у цих механізмах «виступає «політика репрезентації» [73, с. 134-137]. Жінки у своїх промовах часто розмірковують про місце жінки у сучасному суспільстві:

*A las actrices nos preguntan* *Nos, actorok, postiyono*  
*constantemente si creemos que la* *zaputyoyot, chi viryono mi v te, sho*  
*situación para la mujer en términos* *sytuayia dlya zhynok y plany ryvnoty*  
*de igualdad está mejorando. Yo solo* *pokrayuyetsya. Mozhu vidpovysty,*  
*puedo contestar que en lo que* *sho tzyogo roky v nayy kyayny v zhe*  
*llevamos de año en nuestro país ya* *bylo vbyto 44 zhynky cherez genderne*  
*son 44 mujeres asesinadas por* *nasylstvo y sho z 2003 roky tylky v*  
*boleta, por violencia de género y que* *nayy kyayny iy bylyshe tysyay,*  
*las víctimas mortales desde el año* *skylky iy tody y svety? Ya*  
*2003 son más de mil sólo en nuestro* *spodyvayotsya, sho koly zhynky znaydyut*  
*país, cuántas serán en el mundo?* *vnutryshnyu silu, neobkhdnu, shob*  
*Espero que cuando una mujer* *rozpovysty, sho vona perezhyvay v*  
*encuentre la fuerza gigantesca que se* *taky sytuayiy, iy vysluyayot, y*  
*necesita para contar lo que se vive en* *pochyot z peryogo razy, a ne tody,*

*una situación, así la escuchen, pero* коли вже буде пізно. Дуже дякую.  
*que la escuchen a la primera y no*  
*cuando ya sea demasiado tarde.*  
*Muchas gracias* [92].

У даному уривку промови ми спостерігаємо експресивність жіночої гендерності у відображенні публічних промов, тому завданням перекладача є відобразити цю експресію, еквівалентно переклавши риторичне запитання та суб'єктний стан дієслова. Таким чином, більшість жінок під час публічних промов «відкриті» для потреб суспільства, і їх мотиви принесення найбільшої користі суспільству є одними з перших позиції в ієрархії суспільних цінностей. Інтереси суспільства, у даному випадку – жіноцтва зокрема, є пріоритетом.

Вважається, що жінки не мають тенденції до вживання колоквіалізмів, панібратських звертань та еліпсису, але проаналізуємо наступний уривок надзвичайно емоційної промови:

*Antonio Rubial, gracias por*      *Антоніо Рубіаль, дякую за те,*  
*cambiar el curso de las cosas, tío,* що змінив хід речей, чувак, це була  
*eras en el charco mal, pero mal, no* повна лажа, не було 12 мільйонів...  
*tenía 12 millones...tío, después de vis* чувак, після візаві, і я знову тут з  
*a vis... bueno pues nada estoy aquí* вами, мої люди, посьорбую  
*otra vez, with you, my people, шампусик, так?*  
*drinking champagne, no?* [100].

Перш за все, *tío* – це неофіційне сленгове звертання до добре знайомої людини, воно не має жодного негативного підтексту, тому виправданим еквівалентом буде українське сленгове звертання «чувак». Складнішою є ситуація з передачею ФО, але за допомогою прийому модуляції можна віднайти адекватний варіант. Окрім цього, особливий

інтерес викликає слово французькою мовою та фраза англійською мовою. Якщо передача французького «візаві» не викликає ніяких труднощів, бо це слово стало інтернаціональним, то з передачею фрази англійською мовою ситуація є дещо складнішою. Оскільки промова перекладається для іншої цільової аудиторії – україномовної – недоречним було б залишити текст оригіналу неперекладеним барбаризмом, а значно влучніше передати його сенс українською, додавши фамільярності. Даний фрагмент промови є зразком так званого «рваного речення», та оскільки це промова, а не художній текст, немає сенсу компенсувати втрачені елементи.

### 3.2. Особливості перекладу гендерних маркерів на матеріалі промов іспанських спікерів-чоловіків

Як відомо, чоловіки використовують обценну лексику частіше за жінок, і роблять це навіть у публічних промовах:

*Joder, yo pensaba que no me iban a dar tiempo pero por si acaso traigo una cosita prepara para tratar la gente... Patatas, detergente, lubricante... O bien, me he equivocado* [101]. *Дідько, я думав, що мені не дадуть слово, але на всяк випадок, якщо б рантом мені перепало слівце, картопля, підготував дещо... Картопля, миючий засіб, лубрикант... Ой, помилочка.*

В наведеному прикладі іспанське ненормативне слово замінили нерівноцінним за змістом відповідником, евфемізмом, щоб вставне слово не звучало надто грубо. Також у даному уривку присутній жарт, який можна до кінця зрозуміти лише з супроводом відео, в чому, власне, і полягає особливість аудіовізуального перекладу. На відео Дані Ровіра виходить на сцену, імітує, що дістає папірець із промовою із кишені, і неначе замість промови дістає список покупок, аудиторія реагує на це сміхом, тому дослівний переклад є виправданим, проте остання частина репліки

трансформована за допомогою конверсії і модуляції, щоб створити більший комічний ефект [49, с. 20-21].

Слід зазначити, що обценна лексика, враховуючи її емоційний вплив, є одним із найяскравіших способів передачі настрою мовця, його почуттів, переживань та думок у різних ситуаціях. Проте точний дослівний переклад лайливої лексики у мові іспаномовних спікерів під час промов може призвести до небажаних наслідків – невідповідності прагматичного значення висловлювання у тексті перекладу та оригіналу і, як наслідок, неадекватного сприйняття перекладу українськими глядачами, тому прийом перекладу за допомогою евфемізму є виправданим [2, с. 136]:

*Quiero hablar de Mario Casas. Es uno de los tíos que más trabaja en este país, la gente pierde el culo por trabajar con él, es un tío que lleva un montón de gente al cine, que coño tiene que hacer Mario Casas para que lo nominen que le dé un oscar?* [108].

*Я хочу поговорити про Маріо Касаса, він один із акторів, які працюють найбільше в цій країні, люди рвуть дупу, щоб попрацювати з ним, він актор, який приводить багатьох людей у кіно, що, в біса, потрібно зробити Маріо Касасу щоб бути номінованим на Оскар?*

У даному випадку перекладачу потрібно зберегти граматичну структуру оригінального тексту, щоб досягнути рівноцінного комічного ефекту:

*Bueno, quiero dedicarme a los dos, a a mi padre y mi madre, también sólo quiero dedicarme a mi hermano pero como soy hijo único que da un poquito raro, me gustaría dedicarme también a mi amigo efecto a uno que me debe 300 euros, me gustaría dedicarme a mis seis ex,*

*Отже, я хочу подякувати двом людям, татові й мамі, а також хочу подякувати моєму братові, але оскільки я єдина дитина в сім'ї, це трохи дивно, дивно, я хотів би подякувати усім моїм друзям, ну, окрім того, який винен мені 300 євро, я хотів би*



*a mis ex y a las que no son ex, me gustaría dedicarme también a todos mis seguidores de las redes sociales de Twitter, Badoo, Foro Coche y al resto de seguidores, por favor, deja de seguirme porque por la noche me da un poquito de miedo, quiero dedicarme sólo también a mi director por confiar en mí, a la maquilladora por razones obvias, a la escribe al vestuario quiero dedicársela, al cocinero y acaso al meritorio de producción, gracias a la vida que me ha dado, gracias al catering que me ha dado tinto, gracias al peluquero que me ha dado tinte y gracias a la droga que me ha dejado tonto [101].*

подякувати своїм шістьом колишнім дівчатам, усім колишнім і тим, хто ще поки нею не став, я також хотів би подякувати всім своїм підписникам у соціальних мережах – у Twitter, Badoo, на автофорумі та, будь ласка, перестаньте слідкувати за мною, тому що вночі мені трохи страшно, я хочу подякувати своєму директору за те, що вірить в мене, візажистці з очевидних на те причин, я хочу подякувати костюмерам, кухарям і, можливо, усьому режисерському складу, за життя, яке вони подарували мені завдяки кейтерингу, завдяки перукарю, який пофарбував мені волосся, і завдяки наркотикам, які зробили мене трохи дурненьким.

В основі цього жарту знаходиться стилістичний прийом – зевгма, оскільки спікер послідовно організовує однотипні висловлювання та звертається до людей, а в кінці речення – до неживого предмету, чим порушує семантичну однорідність. Ця стилістична фігура не становить проблеми для перекладача.

Окрім цього, в уривку присутні явно гендерно марковані лексичні одиниці: *la maquilladora*, де для перекладу використано фемінітив, і *mis seis ex (las)*, де для перекладу застосовано трансформацію додавання, щоб контекстуально підкреслити займенник *las*.

У наведеному уривку промови збереження синтаксичної форми оригіналу також є ключовим, адже висловлення побудоване на стилістичній фігурі градації, що підсилюється повторенням синтаксичних структур складнопідрядного речення та паралелізмом:

*Todos esos ojos que me marcaron un camino, esas bocas que hablaron palabras sabias, esas almas que me acompañaron hasta donde hoy estoy, hasta este mismo escenario... Es todos ellos, soy yo y de alguna manera yo también soy ellos* [88]. *Усі ті очі, що проклали мені шлях, ті уста, що говорили мудрі слова, ті душі, які супроводжували мене туди, де я сьогодні, до цієї самої сцени... Це всі вони, це я, і до певної міри я – це вони.*

В іспанській та українській мовах, як і багатьох інших мовах, де є категорія роду, гендерно нейтральним вважається варіант чоловічого роду. Наслідки цього факту значні та різноманітні. Наприклад, говорячи про групу людей різної статі, ми використовуємо слова чоловічого роду у множині: *directores, productores*. Для позначення людей за професійною ознакою часто існує лише одне слово, і воно зазвичай чоловічого роду. У своїх промовах чоловіки мають тенденцію вживати саме такі гендерно нейтральні номінації, експіцитний прояв гендеру простежується рідко:

*Hay personas a los que el público no conocen, personas que nunca estarán nominadas, a los que nadie pedirán un autógrafo, que no caminen sobre las alfombras rojas ni son deslumbradas por los flashes de las cámaras, que sin embargo son parte de la gran familia del cine: sim'í* *Є люди, яких не знає аудиторія, люди, які ніколи не номінують, у яких ніхто не попросить автограф, які не ходять по червоних доріжках і яких не засліплюють спалахами камер, які, тим не менш, є частиною великої сім'ї кінематографу: столяри, carpinteros, pintores, electricistas, малярі, електрики, водії, колеги,*

conductores, compañeros, miembros de mi familia, amigos члени моєї родини, друзі. [88].

*Hay mucha gente que no puede rodar, que no puede trabajar, no tiene esa suerte. No sólo hablo de directores o productores que no encuentran medios de financiación, no hablo de distribuidores que luchan por colocar nuestras películas en las pantallas* [83].

Є багато людей, які не вміють знімати, які не можуть працювати, яким не пощастило. Я не говорю лише про режисерів чи продюсерів, які не можуть знайти фінансування, я не говорю про дистриб'юторів, які намагаються показати наші фільми на екранах.

*Tenemos que ser humildes, estar agradecidos y pedir perdón por haber fallado muchas veces, nunca reconocemos nuestros errores, compañeros* [83].

Ми повинні бути скромними, бути вдячними і просити вибачення за те, що багато разів зазнавали невдач, бо ми ніколи не визнаємо своїх помилок, колеги.

Хоча інколи чоловіки все ж таки розмежовують звертання до чоловіків та жінок:

*Muchísimas gracias a todos los miembros de la academia, a todas las compañeras y compañeros por este regalo. No sabéis lo que es para mí después de 10 años de trabajo. Habiendo dejado todo quiero agradecer a todos mis socios, a los coproductores de la película* [108].

Щиро дякую всім членам академії, всім колегам за цей подарунок. Ви знаєте, яке значення це для мене має після 10 років роботи. Залишаючи все позаду, хочу подякувати всьому своєму оточенню та співпродюсерам фільму.

Але в даному випадку це розмежування не вдалось еквівалентно передати українською мовою, адже йдеться саме про колег, товаришів за

фахом, а слово колега в українській мові належить і до чоловічого, і до жіночого роду. Також нейтралізовано та генералізовано значення слова *socios*, адже у тексті перекладу слово «оточення» має ширше значення.

Цікавим для аналізу є уривок з промови про камінг-аут:

*Que estamos aquí tenemos la oportunidad de decir algo que por lo menos importante para nosotros.* Оскільки ми тут, ми маємо можливість сказати щось, що, принаймні, важливо для нас.

*La llamada habla de el valor de ser tú mismo, de encontrar tu camino y pese a quien le pese ser quien tú quieres ser .... Yo soy gay.* Заклики говорять про цінність бути собою, знайти свій шлях і, незважаючи на те, хто ким вас вважає чи ким хоче вас бачити... Я

*Tengo el novio que me quiere, una familia que me apoya y estoy aquí cogiendo este premio. Entonces si alguien, algún niño, alguna niña, alguna persona me está mirando y tienen miedo, siente que está perdido, siente que no le van a querer que sepa que le van a querer, que van contra su sitio que tu familia te va a querer y te vas a cumplir tus sueños y que yo y él vamos a escribir de historias para que tú te sientes inspirado [118].* гей.  
У мене є хлопець, який мене любить, сім'я, яка мене підтримує, і я отримую цю нагороду. Отже, якщо хтось, хлопець, дівчина, будь-яка людина дивиться на мене і вони бояться, вони відчують, що вони загубилися, вони відчують, що їх не люблять, нехай знають, що незабаром знайдуть своє місце і сім'ю, яка вас любитиме, і всі ваші мрії здійсняться, і ми разом будемо писати сценарії, щоб вас надихати.

У даному уривку звертання до аудиторії звучить наступним чином: *alguien, algún niño, alguna niña, alguna persona*. Спостерігаємо, що окрім гендерно маркованих звертань, є й нейтральне – людина. Цей феномен пояснюється тим, що спікер – представник ЛГБТ-спільноти, яка розглядає

гендерну ідентичність не як двійкову, до якої входять чоловіча та жіноча, а включають третій спектр – небінарну особистість, тому завданням перекладача є передати прагматичне навантаження даного звертання та емоційне забарвлення всієї промови.

Аналізуючи синтаксис уривку, у першій частині спостерігаємо апосіопезу, тобто стилістичну фігуру незавершеного обірваного речення, в якому є незавершена думка. Вважаємо недоречним компенсацію синтаксичної структури, тому у тексті перекладі речення залишатиметься незавершеним.

Почасти мова чоловіків також образна та емоційно забарвлена:

*Quiera o no quieras de* Хочеться вам чи ні, та  
*reconocer que recibir un premio trae* отримання такої нагороди обмежує  
*atado, una montaña de tentaciones* вас, приносячи безліч безглуздох  
*vanidosas contra las que hay que* спокус, проти яких вам доведеться  
*luchar como el Quijote lo hacía* боротися, як Дон Кіхот боровся з  
*contra los molinos o gigantes de su* вітряними млинами чи велетнями на  
*tierra manchega* [116]. своїй землі Ла-Манча.

*Yo nací en tierras andaluzas,* Я народився в андалуському  
*en la Málaga que es para mí un* краї, в Малазі, що для мене неначе  
*sueño hecho realidad, siempre he* мрія, що втілилась в життя, я  
*creído compartir con el caballero de* завжди вірив, що розділив з лицарем  
*la triste figura la locura insensata,* сумного образу безглузде божевілля,  
*los anhelos irreprimibles y la* невгамовну тугу і палке бажання до  
*vocación ansiosa por la* пригод.  
*aventura* [т.с.].

В наведених прикладах спікер використовує два фразеологізми, джерелом походження яких є роман Сервантеса. І робить це спікер не просто так, а маючи намір викликати сентиментальні почуття, адже у своїй промові апелює до іспаномовних людей, уродженців його рідної землі, людей, які

спілкуються його мовою. Спікер навіть порівнює себе із лицарем сумного образу, нанизуючи епітети, які доречно передати за допомогою прийому модуляції. Щодо перекладу фразеологізмів, труднощів не виникає, адже вони стали інтернаціональними та мають сталий абсолютний відповідник.

Як ми вже згадували раніше, до чоловічих гендерних маркерів належить тенденція до частотного використання великої кількості абстрактних іменників, подекуди вони навіть нагромаджуються:

*Gracias a los académicos, a*                      *Завдяки академікам, усій цій*  
*todo este calor que estoq recibiendo, віддачі, яку я отримую, цей рік*  
*este año es increíble y quiero неймовірний, і я хочу розділити з*  
*compartir con todo mi amor, toda mi*                      *усіма своєю любов, братерство та*  
*fraternidad y coleguismo* [99].                      *солідарність.*

Абстрактний іменник *calor* вживається у фігуральному значенні, тому перекладач має логічно розвинути думку, відштовхуючись від контексту, і використати прийом модуляції, так само як і для перекладу іменника *coleguismo*.

### Висновки до розділу 3

Серед типових рис жіночої мови виділяється гіперболізована експресивність, також жіноча мова має велику концентрацію емоційно-оцінної лексики, різноманіття стилістичних фігур – метафор, епітетів, інверсій, емпізи, риторичного запитання, серед рис чоловічої мови – жарти, обценна лексика, однотипні синтаксичні конструкції. При перекладі стилістичних фігур та жартів у перекладача можуть виникнути труднощі через відсутність адекватного еквівалента у мові перекладу, відмінностей у реаліях двох мов, їх культурах і системах цінностей, які неминуче ведуть до неможливості прямого перекладу. Але завжди можна знайти прийом перекладу, який максимально точно зможе передати значення стилістичної фігури, щоб зберегти образність змісту.

У своїх промовах жінки частіше вказують на стать, використовують фемінітиви чи паралельні форми у чоловічому та жіночому роді, в той час, як чоловіки схильні вживати гендерно нейтральну лексику. Тому важливим для перекладача є зберегти гендерну симетричність та прагматичне навантаження тексту оригіналу.

Важливим критерієм адекватності перекладу є дотримання симетричності гендеру, тобто перекладачу потрібно проаналізувати функцію гендерно маркованих одиниць та передати гендерний компонент у тексті перекладу та забезпечити його експліцитність, адже це вносить ясність у текст, бо жінки акцентують увагу на статі людей, до яких вони звертаються чи про яких йде мова. Найпоширенішими трансформаціями на лексичному рівні є конкретизація, додавання та модуляція, адже саме ці трансформації дозволяють чітко передати гендерну характеристику, наприклад, чіткіше охарактеризувати мовну одиницю з широким значенням чи логічно підкреслити мовну одиницю з яскравим гендерним маркуванням.

## ВИСНОВКИ

Для лінгвістики поняття «гендер» співвідноситься з конструйованими в мові та закріпленими у свідомості його носіїв якостями та характеристиками мовленнєвої поведінки, а також із сукупністю атрибутів, які приписуються чоловікам та жінкам у певній соціокультурній спільноті. Гендер розглядається в лінгвістиці як когнітивний феномен, що проявляється як у мовних особливостях, так і особливостях мовної поведінки комунікантів. Мова відіграє важливу роль у конструюванні, відтворенні та закріпленні гендерних стереотипів у суспільстві. Вона фіксує гендерні стереотипи, що є властивими колективній свідомості, що складаються на основі сприйняття типової мовної манери та мовної поведінки.

Публічна промова – особлива форма мовної діяльності в умовах безпосереднього спілкування. За своїм характером публічна промова являє собою монолог. Однак чітких меж між монологом і діалогом немає, оскільки в будь-якому монолозі присутні елементи діалогу, а публічний виступ як складний процес спілкування зі слухачами є процесом не одностороннім, а двостороннім. Переважно у публічних промовах реалізується усна форма літературної мови, та жоден публічний виступ не виключає імпровізації. Можна виділити такі основні види публічних промов: розповідь, яка має на меті поділитися досвідом спікера; демонстраційна промова, яка має на меті ознайомлення з певним явищем чи механізмом; інформативна промова, яка має на меті повідомляти; агітаційна (чи промова-переконання), яка має на меті схилити слухачів до певної думки чи дії; розважальна промова, яка має на меті розвеселити слухачів.

У промовах іспанських жінок та чоловіків гендерне маркування лексичних одиниць зумовлене соціальними стереотипами жінок та чоловіків, особливостями вербальної поведінки та стратегіями спілкування, а також



екстралінгвістичними факторами, що визначають мовну ситуацію, спілкування та мету спілкування. Жіноча та чоловіча мова мають спільні та відмінні риси.

Під час аналізу гендерних маркерів досліджено, що відмінності між чоловічою та жіночою мовою виявляються на різних мовних рівнях. Вважається, що найчастіше гендерні відмінності зустрічаються на рівні лексики. Жіноча емоційність, суб'єктивізм та схильність до перебільшення у текстах публічного висловлювання виражаються риторичними питаннями, порівняльними зворотами та повторами, які насичують текст емоційністю та виразністю. Жінкам властиве вживання великої кількості вставних слів, словосполучень, парентези, зменшувальних форм та конкретних іменників. Жінки мають тенденцію до гіперболізованої експресії, концентрація емоційно забарвленої лексики є дуже високою. Жінки також використовують складні речення та прямі цитування у своїй мові. Чоловіки мають тенденції до точності номінації, використання стилістично нейтральної оцінної лексики, абстрактних іменників, експресивних, зазвичай стилістично знижених засобів – обценної лексики. Синтаксис чоловіків лаконічний, предметний і менш динамічний, розповідні та питальні речення формуються чітко та однозначно.

Для жінок характерне прагнення до дотримання мовних правил і норм, в той час як чоловіки можуть вжити обценну лексику. Жінка в своїй промові намагається уникати елементів «панібратського» звернення: кличок, прізвиськ, принизливих звернень-номінацій. Жінки більше, ніж чоловіки, використовують у своїй промові літературні форми і зразки мовлення. Жінка орієнтується на загально визнані норми соціальної та мовної поведінки, демонструючи тим самим «відкритий» соціальний престиж, в той час як чоловік тяжіє до так званого «прихованого» престижу: до ухилення від норм і правил у спілкуванні.

Серед типових рис жіночої мови виділяється гіперболізована експресивність, також жіноча мова має велику концентрацію емоційно-оцінної лексики, різноманіття стилістичних фігур – метафор, епітетів, інверсій, емпізи, риторичного запитання, серед рис чоловічої мови – жарти, обценна лексика, однотипні синтаксичні конструкції. При перекладі стилістичних фігур та жартів у перекладача можуть виникнути труднощі через відсутність адекватного еквіваленту в мові перекладу, відмінностей у реаліях двох мов, їх культурах і системах цінностей, які неминуче ведуть до неможливості прямого перекладу. Але завжди можна знайти прийом перекладу, який максимально точно зможе передати значення стилістичної фігури, щоб зберегти образність змісту.

У своїх промовах жінки частіше вказують на стать, використовують фемінітиви чи паралельні форми у чоловічому та жіночому роді, в той час, як чоловіки схильні вживати гендерно нейтральну лексику. Тому важливим для перекладача є зберегти гендерну симетричність та прагматичне навантаження тексту оригіналу.

Важливим критерієм адекватності перекладу є дотримання симетричності гендеру, тобто перекладачу потрібно проаналізувати функцію гендерно маркованих одиниць та передати гендерний компонент у тексті перекладу та забезпечити його експліцитність, адже це вносить ясність у текст, бо жінки акцентують увагу на статі людей, до яких вони звертаються чи про яких йде мова. Найпоширенішими трансформаціями на лексичному рівні є конкретизація, додавання та модуляція, адже самі ці трансформації дозволяють чітко передати гендерну характеристику, наприклад, чіткіше охарактеризувати мовну одиницю з широким значенням чи логічно підкреслити мовну одиницю з яскравою гендерною складовою.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамович, С. Д. (1995). *Риторика та гомілетика*. Чернівці: Рута.
2. Аполлова, М. А. (1977). *Specific English (Грамматические трудности перевода)*. Москва: Междунар. Отношения.
3. Баева, О. А. (2007). *Ораторское искусство и деловое общение*, 2-е изд., исправл. Москва: Новое знание.
4. Барышникова, Г. В. (2004). *Гендерные различия эмоционального коммуникативного поведения художественных партнеров (на материале французской литературы XVII-XX веков)*: Дис. . канд. филол. наук. Волгоград.
5. Батов, В. И. (1991). *Другому как понять тебя?* М.: Знание.
6. Бессонова, О. Л. (2002). *Оцінний тезаурус англійської мови: когнітивно-гендерні аспекти*. Донецьк: ДонНУ.
7. Бессонова, О. Л. (2002). *Порівняльна характеристика гендерних концепцій у структурі карти світової вартості англійською та українською мовами*. Суми: Вісник Сумського державного університету, с. 74-81.
8. Будагов, Г. А. (1977). *Что такое развитие и совершенствование языка?* Москва: Наука.
9. Бурлакова, М. И. (1962). *Language, thought and reality. Selected writings of B. L. Whorf. Структурно-типологические исследования: сборник статей*. Москва: издательство академии наук СССР.
10. Бурукина, О.А. (2000). *Гендерный аспект перевода. Гендер как интрига познания: сб. науч. Статей*. Москва: Рудомино, с. 99-107.
11. Волков, А. А. (2003). *Основы риторики*. Москва: Академический проект.
12. Воронина, О. А., Клименкова Т.А. (1992). *Гендер и культура // Женщины и социальная политика (гендерный аспект)*. РАН, Институт социально-экономических проблем народонаселения.

13. Гальперин, И. Р. (1981). *Текст как объект лингвистического исследования*. Москва: Наука.
14. Гетте, Е. Ю. (2004). *Речевое поведение в гендерном аспекте: проблемы теории и методики описания: дис. канд. Воронеж.*
15. Горбань, В. В. (2012). *Стратегии ассоциирования: гендерный аспект*. V Международные Севастопольские Кирилло-Мефодиевские чтения: сборник научных статей. Севастополь: Гитпак, с. 366-373.
16. Горошко, Е. (2001). *Гендерная проблематика в языкознании*. Харьков: Алетейя.
17. Гурвич, С. С., Погорелко В. Ф., Герман М. А. (1988). *Основы риторики*. Київ: Вища школа.
18. Добросклонская, Т. Г. (2005). *Вопросы изучения медиатекстов*. Москва: URSS.
19. Добросклонская, Т. Г. (2008). *Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ*. Москва: Флинта.
20. Дудолодова, О. В. (2002). *Гендерные аспекты речевого взаимодействия*. Функциональная лингвистика. Итоги и перспективы: материалы науч. конф. Ялта : ТНУ.
21. Емірсуїнова, Г. І. (2003). *Лексикон сучасного фемінізму (на матеріалі англійської мови): автореф. дис. канд. філол. Наук*. Київ. нац. ун-т.
22. Жеребкина, И. (2000). *Прочти моё желание Постмодернизм. Психоанализ. Феминизм*. Москва: Идея-Пресс.
23. Зверева, Е. Н. (2008). *Основы культуры речи: теоретический курс*. Москва: Центр ЕАОИ.
24. Ильин, Е. П. (2005). *Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины*. СПб.: Питер.
25. Інститут народознавства Національної академії наук України (2017). *Гендер для медій (третє видання)*. Київ: Критика.

26. Казак, М. Ю. (2012). *Специфика современного медиатекста*: колл. монография, посвященная 80-летию профессора Г.Я. Солганика. М.: Флинта: Наука, с. 320-334.
27. Кирилина, А. В. (1997). *Женский голос в русской паремологии. Женщина в российском обществе* 3, 23-26.
28. Кирилина, А. В. (1998). *Развитие гендерных исследований в лингвистике, Филологические науки* 2, с. 51-58.
29. Кирилина, А. В. (1999). *Гендер: Лингвистические аспекты*. Институт социологии РАН, Москва.
30. Кирилина, А. В. (2000). *О применении понятия гендер в русскоязычном лингвистическом описании. Филологические науки* 3, с.18-27.
31. Кирилина, А. В. (2002). *Возможности гендерного подхода в антропоориентированном изучении языка и коммуникации // Кавказоведение. М.: Caucasiology* 2, с. 134-141.
32. Кирилина, А. В. (2002). *Гендерные исследования в отечественной лингвистике: проблемы, связанные с бурным развитием// Доклады Второй международной конференции «Гендер: язык, культура, коммуникация».* М.: МГЛУ, с. 5-13.
33. Кирилина, А. В. (2004). *Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации*. М.: "Российская политическая энциклопедия" (РОССПЭН).
34. Когут, О. І. (2005). *Основи ораторського мистецтва*. Тернопіль: Практикум.
35. Кон, И. С. (1999). *Социологическая психология*. М.: МОДЭК.
36. Кривоносов, А. Д. (2002). *PR-текст в системе публичных коммуникаций* (2-е изд). СПб.: Петербургское Востоковедение.
37. Крючкова, Т. Б. (1975). *Некоторые экспериментальные исследования особенностей использования русского языка мужчиной и женщиной. Проблемы психолингвистики*. Москва.

38. Кузьмина, Н. А. (2011). *Современный медиатекст: учебное пособие*. Омск.
39. Майерс, Д. (2002). *Социальная психология. Интенсивный курс*. Спб.: Прайм-Еврознак.
40. Мартынюк, А. П., Башкирева С.А.(1994). *Синтаксические аспекты половой дифференциации речи в современном английском языке*. Теоретичні та прикладні аспекти комунікативної діяльності. Вісник Харківського університет 382, с. 67-70.
41. Маслова, Ю. П. (2009). *Мовна реперзентація гендеру*. Наукові записки. НаУ Острозька академія, с. 224-233.
42. Овчарова, Г. Б. (2014). *Специфика коммуникативных продуктов в пространстве медиа*. Теоретические и прикладные аспекты современной науки. Сб. материалов V Международной научно-практ. конференции. Белгород.
43. Ожигова, Л. Н. (2006). *Гендерная идентичность личности и смысловые механизмы ее реализации: автореф. Дис.* Краснодар.
44. Польш, Л. Сопер. (2007). *Основы искусства речи*. Ростов-на-Дону: Феникс.
45. Прозоров, В. Г. (1998). *Основы теории и практики перевода с английского языка на русский*. Москва.
46. *Социальные системы. Формализация и компьютерное моделирование: учебное пособие (2000)*. Омск: Омск. гос. ун-т.
47. Федоров, А. В. (2010). *Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности*. Таганрог: Изд-во Таганрог.
48. Щотка, О. П. (2019). *Гендерна психологія: навч. посіб.* Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М.
49. Яковлева, М. А. (2008). *Компенсация при передаче стилистически сниженных высказываний на разных уровнях текста.: автореф. дис. канд. фи лол. наук*. Москва.

50. *Analysing media texts*. (2006). Ed. By M.Gillespie and J.Toynbee. Oxford: OUP.
51. Calero, Fernández M.A. (2001). *Lenguaje, género y sexo: reflexiones desde la lingüística y desde el feminismo*. Valladolid: Ed. Prima.
52. Coats, J. (2004). *Women, men and language: a sociolinguistic account of gender differences in language*. N.Y. Pearson ESL.
53. Corbett, G. (1991). *Gender*. Cambridge: Cambridge University Press.
54. Dolman, J. (1922). *A handbook of public speaking*. New York, Harcourt, Brace and Company.
55. Eckert, P. (2003). *Language and Gender*. Cambridge: Cambridge University Press.
56. Eckes, Th. (1994). *Features of Men, Features of Women: Assessing Stereotypic Beliefs about Gender Subtypes*. British Journ. of Social Psychology 3, pp. 107-123.
57. Freedman, D. (2006). *Internet transformations: old media resilience in the new media revolution. Media and Cultural theory*. London : Routledge.
58. Gareis, E. (2006). *Guidelines for Public Speaking*. Department of Communication Studies Baruch College/CUNY New York.
59. Gilligan, C. (1982). *Woman's Place in Man's Life Cycle. In a Different Voice*. Cambridge: London, pp. 5-24.
60. Gutiérrez, Rubio, E. (2016). *La imagen de la mujer (y del hombre) en la fraseología española Pervivencia de los estereotipos de género en el siglo XXI*. Iniciativas de Gestión Cultural Siglo XXI S.L.
61. Herbert, R., Nykiel-Herbert B. (1986). *Exploration in Linguistic Sexism: A Contrastive Sketch*. Papers and Studies in Contrastive Linguistics. Vol. 21. Poznań, pp. 47-85.
62. Johnson, S. (1997). *Theorizing Language and Masculinity: A Feminist Perspective* .U.H. Blackwell Publishers.
63. Lakoff, R. (1975). *Language and women's place*. New York: Harper and Row.

64. Lucas, S., Lazaros, S., Wattam J. (2008) *The Art of Public Speaking*. Toronto: McGraw-Hill Ryerson.
65. Luise, von Flotow (1997). *Perspectives on Translation*. University of Ottawa Press.
66. Maltz, D., Borker, R. (1982). A Cultural approach to male-female miscommunication. In J. J. Gumperz (Ed.), *Language and social identity*. New York: Cambridge University Press.
67. Nañez, Fernández E. (1973). *El diminutivo. Historia y funciones en el español clásico y moderno*. Madrid.
68. Newmark, P. (2008). *A Textbook of Translation*. Harlow: Pearson Education Limited,
69. O'Barr, W. M., Atkins, B. K. (1980). "Women's language" or "powerless language. *Women and language in literature and Society*. N.Y.: Praeger.
70. Ronald, W., Janet M. Fuller (2015) *An introduction to sociolinguistics*, Seventh edition. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
71. Shapiro, J. (1981). *Anthropology and the study of gender. The feminist perspective in the academy. The difference it makes*. Chicago: The University of Chicago Press, pp. 110-129.
72. *Sociolinguistic Typology: Social Determinants of Linguistic Complexity* (2011). Oxford University Press.
73. Stoller, R. (1968). *Sex and Gender: On the Development of Masculinity and Femininity*. N.Y.: Science House.
74. Wodak, R. (1997). *Gender and Discourse*. London: Sage.
75. Zavadil, B. (1968). *Medios expresivos de la categoría de modalidad en español*. Ibero-Americana Pragensia 2, pp. 57-86.
76. Zimmerman, D., West C. (1975). *Sex roles. Interruptions and silences in conversations. Language and sex: Difference and dominance*. Boston, pp. 78-94.



## СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

77. ¿Cómo son las mujeres según el refranero popular? Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. <http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/como-son-las-mujeres-segun-el-refranero-popular-1/html/>
78. Machismo. Glosario para la igualdad. <https://campusgenero.inmujeres.gob.mx/glosario/terminos/machismo>
79. Canciones infantiles machistas que no querrás que tus hijos canten (08 Julio, 2020). SerPadres. <https://www.serpadres.es/3-6-anos/educacion-desarrollo/fotos/canciones-infantiles-machistas-que-no-querras-que-tus-hijos-canten-131594206792/1>
80. Una musicóloga sobre las letras de Sabina: "Es el típico cantautor progre que no reconoce su machismo" (15 Febrero, 2017). El español. [https://www.elespanol.com/cultura/musica/20170215/193980808\\_0.html](https://www.elespanol.com/cultura/musica/20170215/193980808_0.html)

## СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

81. ¿Por qué es importante hablar de feminismo? | Catalina Ruiz-Navarro | TEDxBogotaMujeres. (2019, 27 липня). [https://www.youtube.com/watch?v=CnXizUTJfYQ&ab\\_channel=TEDxTalks](https://www.youtube.com/watch?v=CnXizUTJfYQ&ab_channel=TEDxTalks)
82. ¿Por qué nos cuesta mirarnos al espejo? | Andrea Vilallonga | TEDxTarragona. TEDx Talks. (2017, 30 травня). [https://www.youtube.com/watch?v=5slX7TRUqa8&ab\\_channel=TEDxTalks](https://www.youtube.com/watch?v=5slX7TRUqa8&ab_channel=TEDxTalks)
83. ¿Por qué Tokio es la narradora? El gran secreto que Alex Pina reveló de "La Casa de Papel". Vyrat News. (2020, 4 липня). [https://www.youtube.com/watch?v=7UglZ\\_Y0weY&t=44s&ab\\_channel=VyratNews](https://www.youtube.com/watch?v=7UglZ_Y0weY&t=44s&ab_channel=VyratNews)

84. Alejandra Pérez: el discurso de la constituyente que sobrevivió al cáncer de mama. T13. (2021, 20 жовтня). [https://www.youtube.com/watch?v=BsOk-EDzK8g&ab\\_channel=T13](https://www.youtube.com/watch?v=BsOk-EDzK8g&ab_channel=T13)
85. Antonio Banderas, Goya 2020 a Mejor Actor Protagonista por Dolor y gloria. Premios Goya. YouTube. (2020, 24 липня). [https://www.youtube.com/watch?v=XIgIpNnI2Ck&ab\\_channel=PremiosGoya](https://www.youtube.com/watch?v=XIgIpNnI2Ck&ab_channel=PremiosGoya)
86. Aprendizaje de idiomas sin estereotipos | Anzhela Synooka | TEDxUCLMToledo. TEDxTalks. (2019, 13 березня). [https://www.youtube.com/watch?v=4B3yL-tBA-8&ab\\_channel=TEDxTalks](https://www.youtube.com/watch?v=4B3yL-tBA-8&ab_channel=TEDxTalks)
87. Así ha sido el emotivo discurso de despedida de Leo Messi. Mundo Deportivo. YouTube. (2021, 8 серпня) [https://www.youtube.com/watch?v=7nhUWnv-erg&t=193s&ab\\_channel=MundoDeportivo](https://www.youtube.com/watch?v=7nhUWnv-erg&t=193s&ab_channel=MundoDeportivo)
88. Discurso Antonio Banderas en los premios Goya 2015. Premios Goya. (2015, 15 грудня). [https://www.youtube.com/watch?v=GmjUaugzBEM&ab\\_channel=DistanceLessons](https://www.youtube.com/watch?v=GmjUaugzBEM&ab_channel=DistanceLessons)
89. Discurso de Álex de la Iglesia en los Goya 2010. Premios Goya. (2010, 15 квітня). [https://www.youtube.com/watch?v=uvGgQrMaXFs&ab\\_channel=PremiosGoya](https://www.youtube.com/watch?v=uvGgQrMaXFs&ab_channel=PremiosGoya)
90. Discurso de Leonor durante la entrega de los Premios Princesa de Asturias. [eIDiarioes](https://www.youtube.com/watch?v=9MNbPn1Dk4&ab_channel=eIDiarioes). (2021, 22 жовтня) [https://www.youtube.com/watch?v=9MNbPn1Dk4&ab\\_channel=eIDiarioes](https://www.youtube.com/watch?v=9MNbPn1Dk4&ab_channel=eIDiarioes)
91. Discurso de Shakira para la Cumbre de las Américas. Movimiento ALAS. (2014, 2 січня). [https://www.youtube.com/watch?v=kIeEsi9J7ak&ab\\_channel=MovimientoALAS](https://www.youtube.com/watch?v=kIeEsi9J7ak&ab_channel=MovimientoALAS)
92. El discurso de agradecimiento de Penélope Cruz en San Sebastián. El País. (2019, 16 червня).

- [https://www.youtube.com/watch?v=AmjyysUJi1Y&ab\\_channel=ElPa%C3%ADs](https://www.youtube.com/watch?v=AmjyysUJi1Y&ab_channel=ElPa%C3%ADs)
93. El discurso íntegro de Penélope Cruz en la fiesta Vanity Fair. Vanity Fair España. (2018, 27 вересня). [https://www.youtube.com/watch?v=iEYK0YvSPZM&ab\\_channel=VanityFairEspa%C3%B1a](https://www.youtube.com/watch?v=iEYK0YvSPZM&ab_channel=VanityFairEspa%C3%B1a)
94. El discurso íntegro de Salma Hayek en la fiesta Vanity Fair. Vanity Fair España. (2018, 27 вересня). [https://www.youtube.com/watch?v=AZ8Q4S-ELLE&ab\\_channel=VanityFairEspa%C3%B1a](https://www.youtube.com/watch?v=AZ8Q4S-ELLE&ab_channel=VanityFairEspa%C3%B1a)
95. El emotivo discurso de Teresa Perales, Premio Princesa de Asturias de los Deportes. El Mundo. YouTube. (2021, 22 жовтня). [https://www.youtube.com/watch?v=ZoU7arSHPzE&ab\\_channel=ElMundo](https://www.youtube.com/watch?v=ZoU7arSHPzE&ab_channel=ElMundo)
96. El lenguaje secreto de diseño de letras. *Ted.* (2019, 7 квітня) [https://www.ted.com/talks/martina\\_flor\\_the\\_secret\\_language\\_of\\_letter\\_design/transcript?language=es](https://www.ted.com/talks/martina_flor_the_secret_language_of_letter_design/transcript?language=es)
97. El primer discurso de Andrés Manuel López Obrador como presidente de México. CNN Español. (2018, 12 січня). [https://www.youtube.com/watch?v=\\_Jz3YH2-qAw&ab\\_channel=CNNEspañol](https://www.youtube.com/watch?v=_Jz3YH2-qAw&ab_channel=CNNEspañol)
98. El valor de nuestra diversidad interna. *Ted.* (2018, 17 липня) [https://www.ted.com/talks/rebeca\\_hwang\\_el\\_valor\\_de\\_nuestra\\_diversidad\\_interna/transcript](https://www.ted.com/talks/rebeca_hwang_el_valor_de_nuestra_diversidad_interna/transcript)
99. Enric Auquer, Goya 2020 a Mejor Actor Revelación por Quien a hierro mata. Premios Goya. (2020, 13 вересня). [https://www.youtube.com/watch?v=qGTodSkmw0k&ab\\_channel=PremiosGoya](https://www.youtube.com/watch?v=qGTodSkmw0k&ab_channel=PremiosGoya)
100. Fotogramas de Plata 2018: Najwa Nimri, Mejor Actriz de TV | FOTOGRAMAS. (2018, 30 березня). [https://www.youtube.com/watch?v=W7NWhydXvZA&ab\\_channel=Fotogramas](https://www.youtube.com/watch?v=W7NWhydXvZA&ab_channel=Fotogramas)

101. Goya 2015. MONÓLOGO DANI ROVIRA. DISCURSO EN 1 MINUTO. BUENÍSIMO! Premios Goya. (2017, 13 лютого).  
[https://www.youtube.com/watch?v=MnnKKrWO0OU&ab\\_channel=wannabewallaby](https://www.youtube.com/watch?v=MnnKKrWO0OU&ab_channel=wannabewallaby)
102. [https://www.youtube.com/watch?v=Y8Y\\_3quvnCk&ab\\_channel=Microstrategy2021](https://www.youtube.com/watch?v=Y8Y_3quvnCk&ab_channel=Microstrategy2021)
103. Javier Bardem gana el Goya al Mejor Actor Protagonista en 2011. Premios Goya. (2011, 14 листопада).  
[https://www.youtube.com/watch?v=jtzjcanpXgo&ab\\_channel=PremiosGoya](https://www.youtube.com/watch?v=jtzjcanpXgo&ab_channel=PremiosGoya)
104. LA BANCA DIGITAL DE BBVA. BBVA México. (2020, 21 травня).  
[https://www.youtube.com/watch?v=ek8\\_uj8DYM&ab\\_channel=BBVAM%C3%A9xico](https://www.youtube.com/watch?v=ek8_uj8DYM&ab_channel=BBVAM%C3%A9xico)
105. La depresión es real, pero yo, soy más fuerte | Andrea Todde | TEDxBarriosAltos. TEDx Talks. (2015, 17 вересня).  
[https://www.youtube.com/watch?v=O3CqkabDYYU&ab\\_channel=TEDxTalks](https://www.youtube.com/watch?v=O3CqkabDYYU&ab_channel=TEDxTalks)
106. Las ideas, más poderosas que las balas | Francisco Samper | TEDxRosario. Tedx Talks. YouTube. (2018, 26 березня).  
[https://www.youtube.com/watch?v=uxDVz233XE&t=12s&ab\\_channel=TEDxTalks](https://www.youtube.com/watch?v=uxDVz233XE&t=12s&ab_channel=TEDxTalks)
107. Lo que seis años en cautiverio me enseñó sobre el miedo y la fe. *Ted*. (2017, 2 серпня).  
[https://www.ted.com/talks/ingrid\\_betancourt\\_what\\_six\\_years\\_in\\_captivity\\_taught\\_me\\_about\\_fear\\_and\\_faith?language=es](https://www.ted.com/talks/ingrid_betancourt_what_six_years_in_captivity_taught_me_about_fear_and_faith?language=es)
108. Mejores Momentos de Dani Rovira Goyas 2016. Wiisca. (2017, 30 листопада).  
[https://www.youtube.com/watch?v=ekgGkiD8fm4&ab\\_channel=Wiisca](https://www.youtube.com/watch?v=ekgGkiD8fm4&ab_channel=Wiisca)
109. Mensaje de doctora sobre la vacuna. SDCatholics. (2021, 23 березня).  
[https://www.youtube.com/watch?v=Qp4p5D1MLBE&ab\\_channel=DioceseofSanDiego](https://www.youtube.com/watch?v=Qp4p5D1MLBE&ab_channel=DioceseofSanDiego)

110. Negociar sexo por vida | Inés Hercovich | TEDxRiodelaPlata. Ted. (2015, 19 жовтня).  
[https://www.ted.com/talks/ines\\_hercovich\\_why\\_women\\_stay\\_silent\\_after\\_sexual\\_assault](https://www.ted.com/talks/ines_hercovich_why_women_stay_silent_after_sexual_assault)
111. Ningún presidente se levanta pensando en "joder a México": EPN. Newsweek en Español. YouTube. (2016, 26 жовтня).  
[https://www.youtube.com/watch?v=QoGwDnlGlrM&ab\\_channel=NewsweekenEspa%C3%B1ol](https://www.youtube.com/watch?v=QoGwDnlGlrM&ab_channel=NewsweekenEspa%C3%B1ol)
112. No se hace feminista| Simone De Beauvoir (1908-1986) | TEDxCuauhtémoc. (2018, 19 жовтня).  
[https://www.youtube.com/watch?v=7glqGVon49o&ab\\_channel=TEDxTalks](https://www.youtube.com/watch?v=7glqGVon49o&ab_channel=TEDxTalks)
113. Participación del Presidente Enrique Peña Nieto en el Foro Económico Mundial 2016 en Davos, Suiza. Presidencia Enrique Peña Nieto. (2016, 20 вересня).  
[https://www.youtube.com/watch?v=jl4S46TRw2M&ab\\_channel=PresidenciaEnriquePe%C3%B1aNieto](https://www.youtube.com/watch?v=jl4S46TRw2M&ab_channel=PresidenciaEnriquePe%C3%B1aNieto)
114. Pedro Sánchez: La gente nos pide a gritos que actuemos. La Asamblea General (2019, 24 вересня). <https://news.un.org/es/story/2019/09/1462772>
115. PPT Box - Programa completo 17/10/21 - SINDICALISMO SALVAJE. Periodismo Para Todos. YouTube. (2021, 17 жовтня).  
[https://www.youtube.com/watch?v=Q32TUvhTNDI&ab\\_channel=PeriodismoParaTodos](https://www.youtube.com/watch?v=Q32TUvhTNDI&ab_channel=PeriodismoParaTodos)
116. Premios Platino 2015 - Discurso de Antonio Banderas en los Premios Platino 2015. Premios PLATINO. (2015, 15 серпня).  
[https://www.youtube.com/watch?v=dnxBjoyKzD0&t=51s&ab\\_channel=PremiosPLATINO](https://www.youtube.com/watch?v=dnxBjoyKzD0&t=51s&ab_channel=PremiosPLATINO)
117. Por que las mujeres permanecer el silencio despues de un ataque sexual. Ted. (2018, 17

вересня).[https://www.ted.com/talks/ines\\_hercovich\\_why\\_women\\_stay\\_silent\\_after\\_sexual\\_assault?language=es](https://www.ted.com/talks/ines_hercovich_why_women_stay_silent_after_sexual_assault?language=es)

118. El emotive discurso de los Javos. Premios Goya. (2018, 26 вересня).  
<https://www.youtube.com/watch?v=RViVM6Z6Ahw>

## RESUMEN

El lenguaje siempre ha sido y sigue siendo un fenómeno social sensible a todos los procesos que condicionan el constante movimiento de la sociedad. No cabe duda de que, desde los primeros años del siglo pasado, uno de los principales procesos de la humanidad ha sido el feminismo. La lucha de las mujeres por la igualdad con los hombres se refleja activamente en la lengua, especialmente en su composición léxica, pero también a nivel gramatical. El término principal de la era del feminismo se convirtió en "género", cuya necesidad de una cobertura completa e integral en la dimensión de la traducción determina la relevancia de nuestra inteligencia. La solución de este problema, que va más allá de las estrechas fronteras lingüísticas, también contribuirá a la difusión de principios de investigación determinados culturalmente dentro de la traducción.

La actualidad de investigación consiste en la necesidad de desarrollar una nueva perspectiva sobre la teoría y práctica de la traducción, que combine posiciones cruzadas de género y estudios de traducción en la base de estudios realizados en Ucrania (Y.V. Andriichenko, O.I.Goroshko) y en el extranjero (O. Espersen, A.V. Kyrylina, R. Lakoff, E. Sepir), y por la necesidad de estudiar las manifestaciones discursivas del género como una de las principales características humanas.

En términos de estructura del lenguaje, la diferencia de género revela la relación entre género y lenguaje. La interacción entre el idioma y el género y la existencia objetiva de la diferencia de género marcan la diferencia de género en los usuarios del idioma, mientras que el fenómeno de las diferencias de género en el idioma promueve y mejora los nuevos requisitos y disposiciones de los diferentes usuarios del idioma de género para el lenguaje en la vida social cultural vuelta. Las diferencias de género en el idioma se pueden dividir en diferencias de género absolutas y relativas, la sociolingüística se centra principalmente en las diferencias

relativas de género en el idioma. En general, las diferencias relativas de género significan que hombres y mujeres muestran diferencias significativas en las características cuando usan el mismo idioma o dialecto, y generalmente forman variaciones de género.

**El material de** la investigación se basa en los textos (script) de los discursos públicos de políticos, personas famosas y públicas españoles, publicados en los medios de comunicación.

**El valor práctico** de la investigación radica en la posibilidad de utilizar sus resultados en los cursos de conferencias de teoría y práctica de la traducción, introducción a estudios de traducción (вступ до перекладознавства), cursos de problemas actuales de la traducción, teoría de la comunicación intercultural, estudios de lingüística de género, en la elaboración de cursos especiales que requieran lingüística de género, metodología del análisis del discurso público.

**La novedad científica** de la investigación es poner de relieve las cuestiones de género del discurso público español y ucraniano, entendiendo la identidad de género de los sujetos de los textos como parte integral de la reproducción de la personalidad lingüística del autor en la traducción, analizar la presencia textual de marcadores de género en el texto, el texto como componente de la traducción, determinar los principales medios de construcción de la identidad de género y las formas de transmitirla en la traducción.

Según los resultados del estudio, las características típicas del lenguaje femenino son la expresividad hiperbolizada, el lenguaje femenino tiene una alta concentración de vocabulario emocional, una variedad de figuras estilísticas: metáforas, epítetos, inversiones, énfasis, preguntas retóricas, entre las características del lenguaje de los hombres se encuentran las bromas, lenguaje obsceno, construcciones sintácticas no variables. A la hora de traducir figuras estilísticas y bromas, el traductor puede tener dificultades debido a la falta de un equivalente adecuado en el idioma de traducción, diferencias en las realidades de los dos idiomas, sus culturas y sistemas de valores, que inevitablemente conducen



a la imposibilidad de la traducción directa. Pero siempre se puede encontrar un método de traducción que pueda transmitir con precisión el significado de la figura estilística para preservar las imágenes del contenido.

En sus discursos, es más probable que las mujeres indiquen el género, utilicen la feminización de nombres de profesiones o formas paralelas en los géneros masculino y femenino, mientras que los hombres tienden a utilizar un vocabulario de género neutro. Por lo tanto, es importante que el traductor mantenga la simetría de género y la carga pragmática del texto original.

Un criterio importante para la adecuación de la traducción es la simetría de género, es decir, el traductor debe analizar la función de las unidades marcadas por género y transmitir el componente de género en el texto de la traducción y garantizar su carácter explícito, ya que esto aclara el texto porque las mujeres se enfocan en el género de las personas a las que se dirigen. Las transformaciones más comunes a nivel léxico son la concretización, la adición y la modulación, porque estas transformaciones en sí mismas permiten transmitir con claridad las características de género, por ejemplo, para caracterizar más claramente una unidad de lenguaje con un significado amplio o enfatizar lógicamente el marcador de género.