

Міністерство освіти і науки України  
Київський національний лінгвістичний університет  
Кафедра філології і філософії мови

Курсова робота  
на тему: Гендерна ідентичність в англійськомовних і україномовних  
різножанрових текстах

Студентки групи МЛа 07-20  
факультету германської філології  
денної форми навчання  
спеціальності 035 Філологія  
Петрів Ірини Андріївни

Науковий керівник:  
доктор філологічних наук, професор  
Ізотова Наталя Павлівна

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

Київ 2023

Ministry of Education and Science of Ukraine  
Kyiv National Linguistic University  
Department of English Philology and Philosophy of Language

Term Paper  
Gender Identity in English and Ukrainian Multigenre Texts

PETRIV IRYNA  
Group MLa 07-20  
Germanic Philology and Faculty

Research Adviser  
Prof. Natalya Izotova  
Doctor o Science (Linguistics)

Kyiv 2023

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ ГЕНДЕРУ, ГЕНДЕРНОГО МОВЛЕННЯ ТА ГЕНДЕРНИХ МАРКЕРІВ МОВЛЕННЯ. ЇХ ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОЯВИ</b> .....	6
1.1 Гендер, гендерне мовлення та гендерні маркери мовлення. ....	6
1.2 Схожість та відмінність чоловічого та жіночого мовлення. ....	8
<b>РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА АНГЛО-АМЕРИКАНСЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО ЖІНОЧОГО\ЧОЛОВІЧОГО МОВЛЕННЯ. ВЛАСТИВОСТІ ЙОГО ПРОЯВІВ У РІЗНОЖАНРОВИХ ТЕКСТАХ</b> .....	12
2.1 Специфічність англо-американського та українського жіночого\чоловічого мовлення.....	12
2.2 Властивості мовлення у різножанрових текстах (реклама та художня література) .....	15
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	20
<b>РЕЗЮМЕ</b> .....	23
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	24

## ВСТУП

**Актуальність теми.** З розвитком лінгвістики постали дискусії різних рівнів та напрямків. Звичайно, й без теми гендеру в таких розмовах не обійтися.

Сьогодні тема гендеру викликає багато дискусій серед представників різної статі. Існує безліч досліджень в області мови та комунікації, що привертають увагу не тільки дослідників, а також і зацікавлених у цій темі людей. Завдяки цьому сформувалася окрема наукова дисципліна - лінгвістична гендерологія або гендерна лінгвістика. Це науковий напрям, ідея якого полягає у міждисциплінарних гендерних дослідженнях, що за допомогою лінгвістичного поняттєвого апарату вивчає гендер у його лінгвістичному прояві(6). Тобто, репрезентація гендеру в мові, що охоплює лексику, синтаксис, граматичні категорії роду тощо. А метою цього підходу - опис і пояснення, як проявляється в мові представництво людей різної статі. На цей час, учіння гендеру, що впливає на мовні засоби у різних мовах - це нова сфера дослідження у лінгвістиці. Специфіка концепції гендеру в різних мовах і культурах, їх невідповідності та вплив цих розбіжностей на міжкультурну комунікацію також вивчається. Зібрані в ході досліджень матеріали дозволяють зробити висновок, що різні мови та культури є неоднаковими андроцентричними й що гендер експлікується у них по-різному.

Гендерні думки та діяльність, разом із гендерним мовленням ламають життєві стереотипи, які формувалися впродовж багатьох століть. Нові теорії створюють новий підхід і нове бачення світових перетворень. Світ не стоїть на місці, суспільство еволюціонує і складаються не лише особистісні й поведінкові характеристики, але також висвітлює самі ідеї на все людство. Під гендером розуміється будь-яка конструйована суспільством

відмінність, що і призводить до поділу людей на чоловіків та жінок(8). С. Бем розцінює гендер як «сукупність соціальних і культурних норм», що в громаді за допомогою влади та домінування приписується виконувати людям залежно від їх статі(14).

**Значення для теорії та практики філологічних наук** полягає у тому, що гендерна лінгвістика - це новий напрям, який популяризується все більше, на фоні суспільних проблем. Наука вивчає, як вище згадувалося, особливості мови жінок та чоловіків, відмінні риси дамського та чоловічого мовленнєвого стилю.

**Предмет дослідження** - гендерні маркери англо-американського та українського жіночого/чоловічого мовлення у різножанрових текстах.

**Об'єкт дослідження** - основні засади, ознаки та особливості проявів у мовленні чоловічого/жіночого гендеру.

**Мета роботи.** Висвітлення поняття гендеру, гендерного мовлення та гендерних особливостей мовлення чоловіків та жінок в англomовному та українському суспільствах, а також аналіз їхнього прояву у різножанрових текстах.

Виходячи з мети, поставлено такі **завдання**:

- дослідити твердження гендеру та його подальших впливів, таких як гендерне мовлення та гендерні маркери мовлення;
- дати визначення вище згаданим поняттям та описати головні ідеї та принципи даного напрямку;
- відмінності та схожості чоловічого та жіночого мовлення;
- порівняння гендерних маркерів англо-американського та українського чоловічого\жіночого мовлення;
- проаналізувати вплив вищезгаданих суджень у літературних творах, а також у деяких сферах людської діяльності.

**Матеріал.** Для розв'язання поставлених завдань у роботі було використано метод теоретичного аналізу літературних джерел та статей із заданої проблематики, методи структуризації та узагальнення.

Структура роботи визначена завданнями, характером та метою дослідження. Робота складається зі змісту, вступу, двох розділів, висновку та списку літератури й джерел. У першому розділі праці розглядаються поняття гендеру, гендерного мовлення та гендерних маркерів мовлення, а також особливості проявів та обумовленість розрізнення чоловічого та жіночого мовлення. Другий розділ присвячено безпосередньо вже специфіці англо-американського та українського жіночого\чоловічого мовлення. Висновок містить у собі узагальнення, вибудовані у результаті проведеної роботи.

Інформаційною базою для курсової роботи послуговували підручники та теоретичні статті дослідників, що висвітлюють розвиток гендеру й мовлення у теорії лінгвістики.

# **РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ ГЕНДЕРУ, ГЕНДЕРНОГО МОВЛЕННЯ ТА ГЕНДЕРНИХ МАРКЕРІВ МОВЛЕННЯ. ЇХ ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОЯВИ.**

## ***1.1 Поняття гендеру, гендерного мовлення та гендерних маркерів мовлення.***

Під гендером ми розуміємо дихотомію чогось на два, тобто, це означення чоловіків і жінок на основі їх ролі в соціумі. Гендер - це соціально визначені завдання, функції та ролі, характерні для одного чи кількох представників певної статі. Поняття «гендер» виникло у лінгвістичній науці досить своєрідним шляхом. Англійський термін *gender*, що позначає граматичну категорію роду, був вилучений з лінгвістичного контексту і перенаправлено в інші сфери наукових досліджень. Варто зазначити, що терміни «стать» і «гендер» - це різні поняття. Перший з них використовується для позначення анатомо-фізіологічних особливостей людей на основі яких людські істоти визначаються як чоловіки або жінки. Стать людини вважалася фундаментом і першопричиною психологічних і соціальних відмінностей між жінками й чоловіками. Однак з розвитком науки, виявилось, що з біологічної точки зору між ними більше схожостей, ніж відмінностей. Таким чином, пізніше, дослідники вказали на чіткі біологічні відмінності, так звані «типові» риси кожного зі статі (8).

Повертаючись до гендеру, термін виник дещо пізніше зі сфери соціальних наук, коли гендерні дослідження отримали статус міждисциплінарного напрямку. Взагалі, гендер трактується як соціальна стать людини, на відміну, від біологічної статі. Отже, це можливості кожної статі в освіті, професійній діяльності, у сім'ї та репродуктивній поведінці, доступ до влади, що і є одним з фундаментальних вимірів соціальної структури суспільства. За дослідженнями різних вчених, гендер виявляє поведінкові норми мовлення чоловіків та жінок у текстах різного типу,

стильові особливості, які можуть класифікуватися як ті притаманні мовленню різному гендеру, а також осмислення їхньої розрізненості у різних мовах та культурах. Гендер - це розрізнення не тільки між фізичними факторами, а відмінність у сприйнятті світу, ментальністю, баченні, класу, раси та віку.

Створений стик гендерних відмінностей на побутовому рівні, де жінки частина природи, що становить опозицію чоловікам. Чоловіки «втілюють щось людське», а жінки - домашня сфера, що девальвується, а робота жінки не обумовлена природою, а придумана культурою. Звідси ми розмежуємо гендерне мовлення - це використання мови з урахуванням гендерної рівності та базується на повазі до різних ідентичностей гендеру. Іншими словами, це використання гендерних мовних форм, що не залежить від статі людини. Це також певне уникнення стереотипних висловлювань та дискримінації гендерної належності. Тобто використання «він або вона» замість «він» для узагальнення, або ж слова «їх» замість «його» або «її» для опису людини, чи діяльності, яка вимагає уточнення, а не узагальнення. Це свого роду відмова від використання стереотипних слів, таких як, «високий» для опису чоловіка та «низький» для опису жінки. Гендерно-специфічна мова є важливою, оскільки сприяє зміцненню рівності та поваги до різних ідентичностей, а також зменшенню дискримінації на основі гендерної приналежності.

Суспільство повинно мовити, звідси ми й визначаємо гендерні маркери кожної з статі. Іншими словами, ми чуємо або бачимо певні лінгвістичні ознаки, які можуть вказувати на гендерну приналежність мовця. Ці особливості включають фонетичні, лексичні, морфологічні та синтаксичні риси мовлення. Наприклад, до фонетичних особливостей можна віднести тон голосу, який дійсно чітко відрізняється у мовців. Від жінок можна частіше почути використання високих тонів, що ясно помітна



при емоційних висловлюваннях, будь то радість чи обурення. «Мати», «дідо», «донька», «внук» - ці слова є пов'язаними з конкретною гендерною приналежністю, що вказує на лексичні маркери. Розрізнення між чоловічою та жіночою формами дієслова, чи прикметників чи займенників, а й в деяких мовах й іменників - це все відноситься до морфологічних маркерів. Наприклад у французькій мові іменники мають форму чоловічого та жіночого роду, коли в українській мові існують форми роду для дієслів та прикметників. Жіноче емоційне мовлення забарвлене експресивними висловами, тоді як чоловіче короткі та прямі фрази, вказують на синтаксичні маркери мовлення, що одночасно робить явним гендерну приналежність мовця. Звертаємо увагу на те, що гендерні маркери мовлення культурно зумовлені та залежать від соціальних норм, традицій та стереотипів. Тому й у різних культурах можна спостерігати несхожі використання цих маркерів. Однак, у кожній мові існують так звані трафаретні уявлення про те, як розмовляти чоловікам та жінкам.

Отже, всі вище згадані поняття є важливими для вивчення теми гендеру. Проте у цій роботі буде розглянуто детальніше останній термін, що стосується гендерних маркерів мовлення.

### ***1.2 Схожість та відмінність чоловічого та жіночого мовлення.***

З плином часу прогресує культура гендерної рівності, яка спростовує клішовані стереотипи на різних соціальних рівнях. Люди звикли, що їхнє мовлення визначається вже змалку, залежно від статі, статусу, віку чи раси. Під рівною оцінкою суспільства подібностей й відмінностей між чоловіками та жінками, неоднакових соціальних ролей, які виконуються, рівне громадське становище - це все гендерна рівність (7). Гендерний стереотип – це спрощений, стійкий, емоційно забарвлений образ поведінки та рис характеру

чоловіків і/чи жінок. Стереотипи проявляються в усіх сферах життя людини: самосвідомості, міжособистісному спілкуванні, міжгруповій взаємодії. Вони дуже стійкі. М.Джекман і М. Сентер виявили, що гендерні стереотипи набагато сильніші від расових (3). Загалом статі дуже пов'язані між собою, тому несхожості у конкретних мовленнєвих соціумах не створюють труднощів у комунікації, як для жінки, так і для чоловіка.

Отже, гендерні особливості комунікації здебільшого залежать від усього: від психічного складу, від сфери діяльності, від культурної обізнаності та соціальної ролі. Фахівці зазначають, що диференційована діяльність давнього чоловіка та жінки відіграють відповідну роль зараз. Чоловік - мисливець змушений більше мовчати, логічно мислити й орієнтуватися на місцевості; жінка - господиня й вихователька дітей, що потребувало вербальної активності (3).

Тенденції змінилися, але вони також були значною мірою спростовані. Однак існують досі дискусії, щодо поведінки людей у суспільстві. Досліджуючи цю тему, неодноразово можна наткнутися на вислови чоловіків, щодо багатоемоційного й забарвленого мовлення жінок, чи виховання дітей щось на кшталт: «Ну вона жінка, це її особливість». Тобто яким би не був молодим соціум, засади античності увіковічилися у головах багатьох. У цьому полягає специфіка сприйняття комунікації.

Серж Джинджер запевняє, що чоловіки слухають лівою пів кулею мозку, тобто вони сприймають вербально, логічно і розуміють відповідно. Напроти жінки ловлять кожне слово обома пів кулями, що дозволяє чути мову більш забарвленою емоціями, сприймати суб'єктивно, через власні бажання та страхи, через етичні чи соціальні цінності. Також жінки чутливі до тембру, ритму дихання чи уявних почуттів(19). Ця інформація дозволяє зрозуміти гендерні характерологічності в комунікативних процесах.

На практиці більшість жінок ведуть спілкування у стилі співробітництва, а чоловіки - конкуренції. Відповідно кожен з них використовує характерні способи комунікації: жінки стримані та дотримуються черговості мовлення, коли чоловіки через сильний порив у домінуванні, прагнуть самоствердження у розмові. З цього випливає, що й стилі мовлення обох статей відрізняється. Мовлення парубка більш стримане, обдуманий підбір для власного висловлення іменників та прикметників. Притаманна витонченість слів, насиченість та виразна експресивно-забарвлена лексика - це все дамський стиль. З усім тим, узагальнюючи, можна підсумувати те, що чоловікам та жінкам властиві різні стилі, відповідно до ситуації, тобто на мовлення людей впливають й зовнішні фактори, що є не менш важливими.

У сучасності, такі клішовані стереотипи мовлення, на зразок прямого, дещо грубого й різкого спілкування чоловіка, та наївного, довірливого й мирного контактування жінок з іншими людьми стерлося. У такий спосіб, ми розуміємо, що гендерні стереотипи - це обумовлені й нав'язані людством протягом століть наративи, які досі відгукуються багатьом людям. Цей шаблон - це цілком суб'єктивне розуміння чоловічої та жіночої узвичаєної гендерної ролі; соціальні погляди на те, якими мають бути та чи інша стать, як повинні себе проявляти у суспільстві; що вважати жіночим, а що чоловічим; якою сферою діяльності мають право займатися і які професії є для чоловіків, а які для жінок.

Отже, базуючись на вище сказаному можемо зробити висновки про гендерні маркери, які притаманні чоловікам, а які жінкам. Загалом читаючи різну літературу, та через комунікацію можна виділити такі риси:

- Чоловіки часто використовують воєнну лексику. Чоловіки більше обізнані у таких сферах, як спорт, полювання, професійна та воєнна сфера(наприклад війна, зброя, військові об'єкти) (1);

- використання великої кількості абстрактних іменників (страх, залежність, вибір, вік і т.д.);
- певна стриманість в емоційних висловлюваннях із використанням одноманітних стилістичних засобів (таких як новий, поточний, погано і т.д.);
- також мовленню чоловік притаманне вживання нецензурної лексики;
- газетно-публіцистичні кліше(наприклад, заклик до дій);
- термінологічність, прагнення до точності, великий вплив професії;
- краще критикують (8).

Вище наведені характеристики формуються на основі гендерних стереотипів та зовнішніх факторів, що впливають на чоловіче мовлення.

Щодо жіночих маркерів мовлення можна виділити такі як:

- велика кількість вставних слів, означень, додатків чи обставин;
- декотрий ступінь невизначеності та невпевненості у висловлюваннях, часто можна почути такі слова: напевно, можливо, на мою думку і т.д.;
- книжна лексика, елітна та стилістично підвищені форми;
- використання конотативно нейтральних слів і фраз;
- неймовірна образність в описі почуттів;
- і найголовніше більш емоційна мова (8);

Всі фактори базовані на клішованому розумінні мовлення жінки у побутовому житті, а також образ жінки у творах літератури.

## **РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА АНГЛО-АМЕРИКАНСЬКОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО ЖІНОЧОГО\ЧОЛОВІЧОГО МОВЛЕННЯ. ВЛАСТИВОСТІ ЙОГО ПРОЯВІВ У РІЗНОЖАНРОВИХ ТЕКСТАХ**

### ***2.1 Специфічність англо-американського та українського жіночого\чоловічого мовлення***

Мова - засіб спілкування, що допомагає іншим зрозуміти, як людина позиціюватиме себе в суспільстві. Мовлення ж прояв ідентичності, завдяки якому люди ідентифікують себе як чоловік або жінка. Чим зумовлена специфічність англо-американського та українського жіночого\чоловічого мовлення?

У попередньому розділі розповідалося про певні поняття, що пов'язані між собою у лінгвістиці. А саме гендерне мовлення та гендерні маркери мовлення. Під маркерами, ми розуміємо особливості висловлювання кожного з мовців та ідентифікуємо при тому стать. Проте, варто зазначити те, що на це можуть впливати й різні культурні соціуми. Тобто, в залежності, де людина народилася, у якій культурі зростала, якими наративами була наповнена - це те, що могло вплинути на світогляд, на бачення того, як чоловік чи жінка мовить, у певній народності. За словами Бондаренка О.С. існує певна «мовна картина світу і трактується відповідно як відображення засобами мови свідомості реальності, модель, уявлення, що репрезентуються мовою. Вона відмежовується від концептуальної картини світу, яка є підґрунтям мовного втілення, словесної концептуалізації сукупності знань людини про світ. Мовна і концептуальна картини світу є детермінованими, а відповідно - специфічними для кожного народу»(7).

Отже, ми розуміємо, на основі вище згаданих теорій, те, що чоловіче/жіноче мовлення колись було досить розрізненим, проте зараз ми спостерігаємо за тим, наскільки воно може бути схожим. Однак, у різних

народностей своя ментальність, що теж впливає на мовця. Ці відмінності можна розглянути користуючись структурою лексико-семантичного поля.

Лексико-семантичні поля мають властиві їм ознаки. Лексичні одиниці на позначення чоловіка чи жінки утворюють лексичну мікросистему, елементи які пов'язані та співвідносяться з позамовною дійсністю, що і є лексико-семантичним полем. Щодо визначення лексико-семантичного поля є загальна тенденція й усі дослідники, розглядають їх як об'єднання слів на основі семантичної спільності й зв'язку між одиницями(12). Проте розбіжності побутують серед способів виділення полів. Насправді неможливо дати більш чіткішу класифікацію цим полям. По-перше, лексико-семантичне поле має урахувати всі слова наявні у полі, а це із розвитком лінгвістики неможливо. Важко встановити певні межі поля, та охоплювати всі слова, що належать до певного поля. По-друге, мова розвивається, виникають неологізми, а деякі слова стають архаїзмами. І вкінці-кінців «кожний член мовного колективу має у своєму розпорядженні різний за обсягом фрагмент своєї рідної мови – ніхто не може стверджувати, що він має його у своєму розпорядженні повністю, – так що він практично не може повністю мати у своєму розпорядженні й зміст» (20, 117).

Отже, з вище наведених фактів, можна сказати, що відповідно до лексико-семантичного поля можна визначити їхню народність. Наприклад, П. Екерт у своїй праці «Мова й гендер», розповідає про специфічність мовлення англійських жінок та чоловіків. У його роботі описано як Пітер Трудгілл, досліджуючи вимову багатьох носіїв мови, які проживають у Норвічі, Великобританія, зрозумів, що жінки та чоловіки одного соціального класу мають різні моделі. Жінки в середньому використовували форми, ближчі до стандартної англійської мови, тоді як носії чоловічої статі використовували більшу частку розмовних форм. Аналіз Трудгілла демонструє, що використання нестандартних форм мови,

схоже, пов'язане не лише з носіями робітничого класу, але й із носіями чоловічої статі, а отже, з маскулінністю(18). Багатовікова історія, що також впливає на суспільне мовлення. Великобританія панівна держава, королівська родина, монархія - це провідні теми цієї країни. А отже, мовлення у них величне, чітке, стримане, інколи клішоване. До прикладу запитання:« Яка сьогодні погода?» є стереотипним і англійцям не завжди цікаво, яка погода, проте це хороша можливість почати діалог.

Коли мова стосується американської культури та мовлення, ми розуміємо, що це протилежність британській культурі. Водночас Америка є прогресивна, економічно сильна і провідна країна світу. Тому, що стосується американського мовлення, вважається, що чоловіки орієнтовані на владу, тоді як жінки значаться готовими до співпраці. Численні дослідження американського дискурсу підтверджують такі твердження, як те, що чоловіки говорять більше, ніж жінки в змішаних розмовах, частіше заважають іншим і контролюють зміну тем. Жінки, з іншого боку, стверджують, що мають інші цілі. Дійсно, було виявлено, що вони підтримують у розмові, посміхаються (Deutsch 1990 і цитовані там посилання), хіхікають (Giora, у підготовці), надаючи більшу кількість мінімальних відповідей своїм співрозмовникам і виявляючи більше ввічливості. Таким чином, основні феміністські теорії діагностують співпрацю як специфічно жіночий стиль дискурсу, а домінування як специфічно чоловічий стиль. Такий гендерний опис приписує різну поведінку жінкам і чоловікам, наперекір суперечливим доказам.

Щодо українського чоловічого\жіночого мовлення на основі статті Тетяни Гарлицької «Виявлення гендерного чинника в нелітературній лексиці». У чоловічому мовленні, у порівнянні з жіночим, простежується більш сильний вплив професійного чинника, тому чоловікам навіть у невимушеному спілкуванні, зокрема з жінками, властиве часте вживання

професійного жаргону. Це може служити непрямим свідченням більш високого статусу професійної ролі в наборі соціальних ролей у чоловіків, порівняно з жінками ми можемо побачити специфіку українського мовлення(5). Іншими словами, на український соціум впливають гендерні стереотипи. Тому жінки частіше використовують мову, що вважається «жіночою» - емоційну, звертають увагу на емоційний стан співрозмовника, дещо емпатичне, а чоловіки відповідно послуговуються «чоловічою» мовою - фактичною, об'єктивною, конкурентною, орієнтованою на результат. Жінки більше слухають, сприймають й запам'ятовують інформацію, використовуючи більше контекстуальних описів і відтворюючи деталі, а чоловіки сприймають інформацію, застосовуючи факти та абстрактні концепції .

Отже, можемо зазначити те, що англо-американська та українське мовлення дещо схоже між собою, та відмінність полягає у різних лексико-семантичних полях, у різних культурах, ментальностях та способів життя.

## ***2.2 Властивості мовлення у різножанрових текстах (реклама та художня література)***

Зі світовим розвитком виникло багато нових професій та й побутові теми для розмов цілком змінилися. Донедавна до більшості з яких, жінки не мали доступу. Однак, зараз враховуючи феміністичні рухи, прояви жінок у суспільстві, можна впевнено сказати, що часи преобразилися. Проте одне незмінне - люди мовлять і досі, проте ця розмова може відрізнитися у різних сферах діяльності. Знову ж таки, тема гендерних стереотипів буде актуальною у всіх своїх проявах і будь-де. До прикладу, ми розглянемо дві сфери діяльності рекламу та літературу.



Реклама - це медійне явище, що є частиною культурного апарату, вона як серіали чи кіно, задає стандарти та створює загальноприйнятні поняття про те, як люди мають поводитися, а особливо відповідно до гендеру.

Реклама не тільки продає нам товари, але й нав'язує певні стереотипи. Якщо розглядати мовлення у рекламі, можна підмітити те, що чоловік чи жінка рекламують певні товари. Жінки знімаються у рекламах здебільшого направлених на сферу краси, господарську діяльність, тоді коли чоловіки здебільшого на спортивну тему, або ж відпочивальну тематику, на кшталт риболовлі. Тобто можна зробити висновок, що медіа розмежовує сфери діяльності статей, а також вказує на притаманність лексики певному гендеру. Косметика, доглядова чи для макіяжу - тема жінок, адже соціумом нав'язані думки про завжди «відмінний» вигляд дам на публіці. Спорт, відпочинок на природі - тема чоловіків, адже стереотип про «сильну» стать, і що чоловіки більше розуміються навіть на темі, до прикладу, футболу. Отже, на основі «гендерної реклами» створюється враження про мовлення статей. Жінкам притаманна сфера краси чи домогосподарська, стримана і невибаглива розмова. Спортивна лексика, домінанта манера і привернення уваги суспільства, більш стосується чоловіків.

Література неодмінна частина життя кожного. Людина читає у метро, вдома, у кафе - всюди. Це можуть бути паперові чи електронні книги, статті, газети чи журнали. Стародавня література базувалася тільки на чоловічих роботах, проте знову ж таки, повертаючись до еволюції, і розвитку, книжки написані жінкою стали доступні громадськості.

Зазначимо, що гендерні стереотипи утворені продукуванням соціумом розрізненості й особливості комунікації жінок та чоловіків. Отже, можна розглянути поведінку людини, яка базована і спричинена на засадах вже наявних комунікативних стереотипів, у художніх творах, коли автором є жінка, а коли чоловік.

У художніх текстах відчувається суб'єктивне ставлення письменника до дійсності, виявляються його гендерні особливості та вподобання. Авторська особистість зумовлена гендерною диференціацією(9). Іншими словами, письменник – це «член соціуму, який володіє знаннями про стереотипи гендерної комунікативної поведінки та намагається відтворити їх у власному творі»(9) життєвий досвід формується під впливом гендеру, особливе відображення гендерно залежного сприйняття дійсності проявляються у будові художнього тексту завдяки компонентам, що підкреслюють індивідуальність авторського стилю, індивідуальні особливості письма на що впливає:

- Ідіолект - мовні й інтелектуальні навички, які унікальні та неповторні у кожній мовленнєвій ситуації й дозволяють ідентифікувати автора.
- Гендерлект - соціальна роль і гендерні стереотипи окремої особистості, індивідуум виявляє у себе специфічні особливості, притаманні то чоловічому, то жіночому мовленню.

Розглядаючи мовлення автора твору з позицій гендеру, варто пам'ятати, що чоловіки та жінки (за Д. Камерон), не «пасивні виконавці усталених гендерних зразків поведінки, а свідомі творці, що мають певні знання про те, як гендерно забарвлене висловлювання може бути використане для досягнення необхідної мети» [цит. за Н.Д. Борисенко]. У жінок та чоловіків різний ступінь позитивної та негативної оцінки лексеми. Для віддзеркалення гендерної ідентичності створили когнітивний та комунікативний підходи. «...Чоловікам-авторам притаманний здебільшого раціональний стиль письма, тоді як жіночий комунікативний стиль змальовується як гармонійний, паритетний, емоційний, алогічний, деталізований, політерний, суб'єктивний, дифузний, інтерактивний, діалогічний, творчий, мобільний, багатослівний»(9). Також жіночому

письму приписують «зовнішнє бачення», що характеризується описуванням дій, портретів персонажів, характеристикою їх емоційних станів та немає виділення психологічно стану чи свідомості героїв твору.

Однак, на інтерпретацію і визначеність гендеру автора впливає й гендер самого читача. Бачення ззовні є характерною рисою «об'єктивованого оповідача» (І.В. Смуцинська), який «не нав'язує своїх суджень, не диктує правил» (10). Іншими словами автор дає вибір читачу, не дискримінуючи ні одну зі статей.

Таким чином, автор не нав'язує власної думки, а надає читачу свободу вибору індивідуального відтінку сприйняття роботи. Такий вид письма властивий жінкам, що використовують вербальну поведінку, якій не притаманна авторитарність. Мислення на основі бінарних опозицій сформувало наше суспільство, і здебільшого у масовій свідомості закріпилася думка, яка проявляється і в, наче, вільнодумній діяльності людини, тобто «чоловіче» - суспільно-культурна норма, «жіноче» - відхилення від норми. Проте це настільки невлучне слово, насправді, це бачення світу через призму інших подій на основі різних факторів, що формувалися століттями. Себто кажучи, мовний сексизм чи гендерна асиметрія у мові. Жіноче мовлення відтінюється на фоні чоловічого.

Завдяки вище наведеним фактам, ми робимо висновок, що будь-яка людина в суспільстві стикається зі стереотипним мовленням. Тому гендерні маркери чоловічого\жіночого мовлення створені ними ж самими, наприклад через рекламу чи літературу. Однак, варто зазначити, що це багатовікові наративи, що утворилися ще до сьогоднішніх днів, і не можуть просто так викоринитися із пам'яті багатьох.

## ВИСНОВКИ

Тема гендеру широко поширена та розвивається не тільки в Україні, але й у світі. Завдяки цьому зародилися різні витоки дослідження цієї важкої та все ж цікавої теми, а саме лінгвістична гендерологія. Ідея якої заснована на міждисциплінарних гендерних дослідженнях, що в наслідок лінгвістичного поняттєвого апарату вивчає гендер у його мовознавчому вияві. Гендер - це граматична категорія роду, що ґрунтується на соціальній ролі чоловіка та жінки. Це неоднаковість у перцепції світу, баченні, класу, раси й віку. Використання мови зумовлює гендерне мовлення, що утворилося на стику гендерних відмінностей. Тобто, це використання гендерних мовних форм, що обумовлюють повагу до різних ідентичностей, незалежно від гендеру.

Людина мовить, а значить демонструє суспільству свої думки, позицію, принципи, на основі, яких можна визначити стать мовця. Гендерні маркери мовлення - це протилежне гендерному мовленню, тобто вони не узагальнюють, а навпаки розмежовують мовлення кожної зі статі, що існує на засаді багатовікових наративів. Отже, метою даної курсової роботи є дослідження гендерних маркерів англо-американського та українського чоловічого\жіночого мовлення. На основі поставлених завдань було досить детально проаналізовано задану тему, і вдалося розкрити головне поняття гендерних маркерів мовлення завдяки використаній літературі.

Торкаючись теми специфіки мовлення обох гендерів, можна виділити характерні способи комунікації: жінки стримані та помірковані, дотримуються почерговості, використовують природню витонченість слів та виразну експресивно-зabarвлену лексику; чоловіки, навпаки, через сильний порив домінування намагаються самоствердитися у розмові за допомогою обдуманого підбору іменників та прикметників для власного

висловлювання. Якщо ж враховувати нові тенденції соціуму, можна ствердити те, що людина мовить відповідно до ситуації, що на неї чи нього можуть впливати зовнішні фактори, в наслідок яких, мовні маркери гендерів може міксуватися.

За словами Бондаренка О.С. існує мовна картина світу, що відображає свідомість реальності, модель та уявлення, що репрезентується через мову. А також існує концептуальна картина світу, яка є базою для мовного втілення знань людини про світ. Отже, мовна і концептуальна картини світу є детермінованими, а відповідно - різними для кожного народу. Приналежність до окремих народів зумовлює фактор розрізненого мовлення відповідно до культурних засад країни. На основі цього твердження, безумовно, англо-американське та українське мовлення відрізняються, насамперед, темами для початку розмов, культурами, ментальностями, однак через стать чоловік\жінка загальні характеристики маркерів є подібними.

Прояв розрізненості гендерних маркерів мовлення та їхню навантаженість суспільству, можемо побачити у різних сферах діяльності. До прикладу у рекламі та літературі, що оточують людей щоденно й будь-де. Реклама - це медійне явище, що породжує стереотипи та створює загальноприйнятні норми поведінки, що як показало дослідження впливає на мовлення кожної зі статі. У літературі ж на основі письма чоловіка-автора та жінки-авторки, можна зрозуміти притаманні їм стилі комунікації у реальному житті, адже письменники усвідомлюють як можна використати гендерно-забарвлене висловлювання, щоб досягти певної мети у творі.

У результаті ми отримали, завдяки вище згаданим твердженням, висновок, що лінгвістична гендерологія досить актуальна та важлива тема для теорії та практики філологічних наук, адже за допомогою цієї науки та гендерних маркерів мовлення ми маємо усвідомлення, хто до нас

звертається та можемо передбачити стереотипні висловлювання відповідно до теми розмови. Мова змінюється, а й з ним певні клішовані вислови, якими колись говорили чоловіки та жінки. З подальшим вивченням цієї теми відмінність між мовленням чоловіка та жінки стреться, або ж навпаки поповниться новими наративами.

## SUMMARY

### **Petriv I. A. Gender Identity in English and Ukrainian multigenre texts**

The term paper deals with gender markers of speech as an essential means of distinguishing the speaker's gender, which affects the perception and understanding of gender in communication. The study's relevance is due to the formation of a separate scientific discipline - linguistic gender studies. The purpose of the course work is to highlight the concepts of gender, gendered speech, and gender markers of men's and women's speech in English-speaking and Ukrainian societies, as well as to analyse their manifestation in various fields of activity. In the course of the study, the method of theoretical analysis of Ukrainian and foreign literature and articles on the given issue, ways of structuring, interpretation, and generalisation were used. A comparative method of gender markers in the Anglo-American and Ukrainian worldviews. The method of classifying the language means inherent in men and women in order to compare and distinguish specific differences and similarities in the styles of speech. The content of the concept of gender and its further formations as gendered speech and gender markers of speech is defined, and the significance and functions of gender features in linguistic manifestation are clarified. The differences and similarities between Anglo-American and Ukrainian male/female speech on a cultural basis are sorted out and defined. Examples from different spheres of activity, such as advertising and literature, are given, which in turn prove the difference in the speakers' language styles. It is confirmed that the speaker's communication is influenced by gender markers caused by various factors: culture, mentality, age, race, etc.

Keywords: *gender, gender speech, gender markers of speech, man, woman, speech, linguistic genealogy.*

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бессонова, О. (2002). *Порівняльний опис гендерних концептів у структурі ціннісної картини світу в англійській та українській мовах*. Вісник Сумського державного університету.
2. Бондаренко, О. С. (2005). *Концепти “чоловік” і “жінка” в українській та англійській мовних картинах світу*. Донецький національний університет.
3. Бондаренко, О. С. (2004). *Зіставний аспект категоризації реальної дійсності в лексичній системі української та англійської мов* [ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка]. <http://eprints.zu.edu.ua/1240/1/04bosuam.pdf>
4. Васютинський, В. О. (1992). *Особливості статево-рольового самовизначення хлопчиків-підлітків із неповної сім'ї* [Неопубл. автореф. дисертація канд. психол. наук]. НДІ психології України.– 186 с
5. Гарлицька, Т. С. (2017). *Виявлення гендерного чинника в нелітературній лексиці (на матеріалі українських, російських та англійських художніх текстів)* [Видавець: Лисенко В.Ф.]. <http://elibrary.kdpu.edu.ua/handle/123456789/3908>
6. Дика Н., Глазова О. Елементи гендерної лінгвістики в шкільному навчанні української мови. *Інноваційна педагогіка*. 2020. Т. 1, № 21. С. 116–119. URL: [http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2020/21/part\\_1/26.pdf](http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2020/21/part_1/26.pdf) (дата звернення: 13.04.2023).
7. Кравець, В. П. (2013). *Гендерні дослідження : прикладні аспекти : монографія*. Навчальна книга - Богдан.
8. Курдюкова, В. (2011, 8 лютого). *Актуальні проблеми лінгвістики*. <https://phil.duan.edu.ua/images/PDF/2011/1/29.pdf>



9. Панькова, Т. (2009). *КОНСТРУЮВАННЯ ГЕНДЕРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В ХУДОЖНЬОМУ ТВОРІ: ЖІНОЧА ВЕРБАЛЬНА ПОВЕДІНКА* [Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова]. <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3649/Pankova.pdf?sequence=1>
10. Смуцинська, І. (2005). *Об'єктивований оповідач і особливості його модальності*. Центр КНЛУ. с. 224-229
11. Шостак, Н. В. (2010). *Гендер і його репрезентація в капіталістичній і соціалістичній рекламі* [Кваліфікаційна робота, Національний університет “Києво-Могилянська академія”].
12. Щур, Г. С. (2007). *Теорія поля в лінгвістиці*. КомКнига. (Оригінал опубліковано 1974 р.)
13. Ariel, M., & Giora, R. (1992). *Gender versus group-relation analysis of impositive speech acts*. Tel Aviv University. pp. 171- 179 [https://www.tau.ac.il/~giorar/files/Giora96\\_Fe-Male\\_inreviewing\\_style.pdf](https://www.tau.ac.il/~giorar/files/Giora96_Fe-Male_inreviewing_style.pdf)
14. Bem, S. (1981). Gender schema theory: A cognitive account of sex typing. *Psychological Review*, 4(88), 354–364. [https://www.academia.edu/24914989/Gender\\_Schema\\_Theory\\_A\\_Cognitive\\_Account\\_of\\_Sex\\_Typing](https://www.academia.edu/24914989/Gender_Schema_Theory_A_Cognitive_Account_of_Sex_Typing)
15. Coates, J. (2015). *Women, men and language: A sociolinguistic account of gender differences in language*. Routledge.
16. DeFrancisco, V. P., Palczewski, C. H., & McDaniel, E. R. (2014). *Gender in communication: A critical introduction*. Sage Publications.
17. Deutsch, Francine M. (1990). *Status, gender, and smiling: The influence of role on smiling in male and female subjects*. *Personality and Social Psychology Bulletin* 16(3):531-40.
18. Eckert, P. (2003). *Language and gender*. Cambridge University Press.

19. Ginger, S. (2002, 15 липня). *Female Brains vs. Male Brains*.  
[http://gestalt.lv/wp-content/uploads/2015/11/Female\\_Brains\\_Male\\_Brains.pdf](http://gestalt.lv/wp-content/uploads/2015/11/Female_Brains_Male_Brains.pdf)
20. Gipper, H. (1959). *Duden* (4-те вид.). SS. с. 116-134
21. Hall, K., Bucholtz, M., & Moonwomon, B. (Eds.). (1992). *Locating Power: Proceedings of the Second Berkeley Women and Language Conference*. Berkeley Women and Language Group.
22. Holmes, J. (2013). *An introduction to sociolinguistics* (4-те вид.). Routledge. pp 159-186