

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра японської філології

**Кваліфікаційна робота магістра з японської філології
на тему: «Порівняльне дослідження лексики, що має гендерне
забарвлення у японській та українській мові»**

Допущено до захисту
« ___ » _____ року

студентки групи МФЯп 59-19
факультету сходознавства
освітньо-професійної програми Японська
мова і література, англійська мова та
методика їх викладання
за спеціальністю 035 Філологія
спеціалізацією 035.069 Східні мови та
літератури (переклад включно), перша –
японська
Ліпницької Ольги В'ячеславівни

Завідувач кафедри
японської філології

Науковий керівник:
доцент Свердлова Тетяна Геннадіївна

_____ Кравець К. П.

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

КИЇВ – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПОРІВНЯЛЬНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИКИ,ЩО МАЄ ГЕНДЕРНЕ ЗАБАРВЛЕННЯ.....	6
1.1. Поняття гендеру та його особливості.....	6
1.2. Гендерне забарвлення як ознака текстів сучасних медіа.....	14
1.3. Історичні передумови дослідження лексики, що має гендерне забарвлення.....	18
РОЗДІЛ II. ПОРІВНЯЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИКИ, ЩО МАЄ ГЕНДЕРНЕ ЗАБАРВЛЕННЯ У ЯПОНСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ.....	25
2.1. Гендерна проблематика в Україні та світі.....	25
2.2. Гендерний аспект лінгвостилістичних особливостей лексики у японській та українській мовах.....	30
2.2.1. Гендерно маркована лексика в українській мові.....	31
2.2.2. Гендерно маркована лексика в японській мові.....	35
РОЗДІЛ III. ВІДТВОРЕННЯ ЛЕКСИКИ, ЩО МАЄ ГЕНДЕРНЕ ЗАБАРВЛЕННЯ У ЯПОНСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ.....	43
3.1. Функціонування лексики ЗМІ, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах.....	43
3.2. Проблеми перекладу лексики, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах.....	56
3.3. Шляхи та перспективи вирішення проблеми перекладу лексики, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах.....	66
ВИСНОВКИ.....	73
要約.....	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	79

ВСТУП

Свобода та рівність - це права кожної людини в будь-якій демократичній країні. Рівність за національною, соціальною, статевою та віковою ознаками - головна риса успішного та комфортного стану. Україна також прагне стати взірцем для наслідування своїх громадян. І з цієї причини статеve питання так швидко набирає обертів у різних сферах нашого життя: культурній, професійній, соціальній.

Гендерні питання потрібно вивчати поглиблено, бо це глибоко зачіпає особисті зв'язки між людиною та суспільством. Відображення різних соціальних проблем, як правило, є завданням журналістики. Вона діє як засіб передачі основних новин, висвітлення останніх досліджень, що викладають найцікавіші нововведення, викриття кримінальних та політичних злочинів тощо.

Однак у ХХІ столітті журналістика також має функцію пропаганди та загального впливу. Точно підібрані словесні та невербальні засоби в наш час можуть змінити думки і вірування сотень тисяч людей.

Дослідженням публіцистичного дискурсу займається і займалась чимала кількість учених. Серед них Т. Ван Дайк, О. С. Кубрякова, Н. Д. Арутюнова, В. О. Звегінцев, Б. Палек, І. Р. Гальперін, А. Т. Ішмуратов, О. С. Гончар, Л. Т. Тишакова, О. В. Дудолодова, Г. Ліч, М. Шорт, Г. Бруннер, Г. Граєфен, Ю. М. Скребнєв, М. Д. Кузнець, В. І. Карасик, А. П. Загнітко та ін.

Актуальність нашої роботи визначається постійно зростаючою роллю медіа у світі, а також жанрової модифікації сучасної журналістики. Наше дослідження гендерних особливостей у сучасній журналістиці через підвищений інтерес до статі, правильність серед усіх верств суспільства та необхідність визначення гендерно-нейтральних одиниць для використання в засобах масової інформації є дуже важливим. Стаття впливає на обидва втілення перекладу (процес і результат) і створює нові проблеми для

перекладу. Перекладацька діяльність повинна розвиватися разом із суспільством, і це робить наше дослідження актуальним у найбільшій мірі.

Об'єктом дослідження є лексика, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах.

Предмет дослідження – порівняльне дослідження лексики, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах.

Мета роботи – здійснити порівняльне дослідження лексики, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах.

Меті дослідження відповідають такі основні завдання:

- розглянути поняття гендеру та його особливості;
- дослідити гендерне забарвлення як ознака текстів сучасних медіа...;
- визначити історичні передумови дослідження лексики, що має гендерне забарвлення;
- виявити гендерну проблематику в Україні та світі;
- визначити гендерний аспект лінгвостилістичних особливостей лексики у японській та українській мовах;
- дослідити гендерно марковану лексику в українській мові;
- визначити гендерно марковану лексику в японській мові;
- визначити функціонування лексики ЗМІ, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах;
- дослідити проблеми перекладу лексики, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах;
- запропонувати шляхи та перспективи вирішення проблеми перекладу лексики, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах.

Дослідження велися на матеріалах газетних статей, що були представлені у відкритому доступі у інтернеті.

У роботі використано такі **методи**: описово-аналітичний, порівняльний, кількісного й компонентного аналізу.

У теоретичному плані пропоноване дослідження сприятиме подальшому вивченню й упорядкуванню досліджуваної термінології. Практичне значення роботи полягає в тому, що отримані результати можуть бути використані для підготовки спецкурсів із гендерної лінгвістики й термінознавства, а зібраний фактичний матеріал може стати основою для укладання галузевого термінологічного словника.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ПОРІВНЯЛЬНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИКИ,ЩО МАЄ ГЕНДЕРНЕ ЗАБАРВЛЕННЯ

1.1. Поняття гендеру та його особливості

Проблема взаємин жінки і чоловіка в суспільстві давня. Сьогодні це набуло особливої гостроти, оскільки у світі загострюється боротьба за встановлення демократичних норм і принципів. У цьому контексті гендерне партнерство (рівноправні гендерні стосунки) та гендерна рівність стають все більш важливими.

Якщо демократія загалом є формою правління, в якій джерелом влади є воля більшості громадян, які користуються усіма повними політичними свободами, що гарантують здійснення цієї влади, то гендерна демократія - це система волі в громадянському суспільстві двох статей - жінки та чоловіки - як рівні. Можливості та права, які закріплені в законі та фактично передбачені політико-правовими принципами, діями, розвитком соціальних та державних структур з урахуванням гендерних інтересів та потреб [14, с. 6]

Вихід за рамки стереотипів, патріархальні образи - нагальна потреба гармонійного розвитку та найповнішої реалізації людини - жінки чи чоловіка.

Переосмислення ролі жінок і чоловіків у суспільстві лежить в основі гендерних досліджень. Насправді, увага зосереджена не на одній статі, а на обох. Сьогодні наголошується на необхідності створення рівних можливостей для реалізації їхньої людської сутності. Важливою перевагою терміна "гендер" М. Богачевська-Хом'як вважає його необтяженість "тим негативним змістом, який приніс йому концепції фемінізму та жіночі проблеми" [19, с. 15].

На початку 90-х років цивілізовані країни почали активно застосовувати гендерний підхід до вирішення соціальних проблем та аналізу політики. Про це свідчить створення законодавчої бази. Закони про рівність жінок і

чоловіків прийняті в Польщі, Литві, Японії, Норвегії, Швеції, Франції, Фінляндії, Нідерландах тощо. Зокрема, країни Британської Співдружності затвердили програму дій щодо гендеру та розвитку. Він визнав гендер стратегічним напрямком, який повинен враховувати гендерні перспективи на всіх етапах досліджень та реалізації державної політики / програм / законодавства.

ООН та міжнародні європейські установи розглядають гендер як один із пріоритетів людського розвитку. Розвиток та мир залежать від вирішення питання рівності між чоловіками та жінками на сучасному етапі. У середині 90-х років до Індексу людського розвитку були додані два гендерні показники: Індекс гендерного розвитку (GDI) та Рівень гендерної довіри (GEM).

В Україні, на жаль, гендерні дослідження все ще не актуальні. У національному дискурсі, як зазначають дослідники, поняття "гендер" вживається рідко і досить часто у значенні "стать". Політичні партії використовують гендерні проблеми виключно у своїх прагматичних інтересах. Часто предмет гендерних досліджень звужується до жіночих досліджень, які не пояснюють і не обґрунтовують науково гендер як концепцію, що включає 4 основні категорії - жіночі, чоловічі, андрогінні та трансвеститні типи [49, с. 34].

Така ситуація не сприяє розвитку нашої держави, оскільки гендерні дослідження мають на меті допомогти кожному стати справді повноправним членом суспільства, а державі - стати демократичною.

На сучасному етапі розвитку українського суспільства спостерігається руйнування гендерних стереотипів. Однак цьому процесу значно заважають перешкоди минулого, старі стереотипи скептицизму щодо гендерної рівності, а також спотворена або поверхнева інформація про становище жінки в суспільстві, радянський міф про рівність.

Важливою умовою утвердження гендерної культури є необхідність змінити менталітет чоловіків та жінок. Щоб зміни стали реальністю, люди повинні усвідомити їх необхідність. Особливо це стосується засобів масової інформації, державного управління та політики. Жінки не можуть змінити свій світогляд, поки вони не братимуть участь в управлінні нарівні з чоловіками, поки засоби масової інформації не пропагують нейтрально гендерні моделі [1, с. 45].

Погляди на роль чоловіків і жінок у суспільстві формуються в процесі соціалізації особистості під впливом сім'ї, школи, засобів масової інформації, соціального середовища, а також політичних та державних структур. Сьогодні важливо сформувати позитивне ставлення до жінок-лідерів, що суттєво впливає на формування масової свідомості населення.

Новий погляд на соціальну роль жінок на Заході з'являється після 1960-х років у зв'язку із зростанням добробуту та вдосконаленням управлінських технологій, розширенням мережі послуг, що зменшило потребу в домашній роботі жінок. Більша тривалість життя та нижча народжуваність зменшили час на виховання дітей. Зі зміною функцій сім'ї все більше жінок починали працювати. Масове залучення жінок до виробництва вплинуло на їх бажання просунутися по кар'єрних сходах. Жінки більше не ототожнюють себе з традиційною роллю матері та дружини.

В останній третині XX століття історична криза звичної гендерної системи почала викликати невдоволення як жінок, так і чоловіків, що виявилось у формуванні особливого «чоловічого питання» [48, с. 26].

Перший рух за визволення чоловіків народився в США в 1970 р. Відповідно до ліберальної ідеології. Її організаційним центром у 1970-х та 1980-х роках була Національна організація проти чоловіків проти сексизму (NOMAS), перейменована в 1991 році в Національну організацію проти чоловіків проти сексизму (NOMAS).

Головне джерело всіх проблем та труднощів чоловіків ідеологи руху бачили в обмеженні чоловічої гендерної ролі та відповідної психології, стверджуючи, що не лише жінки, а й самі чоловіки страждають від сексистських стереотипів. Ці думки поділяють українські чоловіки, які об'єднуються в різні організації, такі як Центр адаптації чоловіків (Тернопіль), Гендерний проект (Вінниця) та ін. Створена Гендерна ліга "EAGLE", яка спрямована на боротьбу з дискримінацією, насильством щодо дітей та жінок, торгівлею людьми.

Використання гендерного підходу в публічному дискурсі надає широкі можливості для переосмислення культури. Ця теорія передбачає зміну цінностей та перегляд багатьох усталених ідей. Гендерний підхід як багатогранне бачення процесу, який передбачає діалог статей з урахуванням форми їх взаємодії та взаємодоповнення, повинен зайняти активне місце у побудові демократичного українського суспільства [20, с. 56].

Гендер є соціальною особливістю статі людини на відміну від біологічної статі. Це соціально-рольовий статус, який визначає соціальні можливості людини - чоловіка та жінки у всіх сферах життя.

Існує кілька визначень терміна стать, але вони суттєво не відрізняються. Сучасний філософський словник визначає стать у двох значеннях: загальний - різниця між чоловіками та жінками за анатомічною статтю; соціологічний - соціальний поділ, який часто базується на анатомічній статі, але не обов'язково з ним збігається. Енциклопедичний словник соціології визначає стать як поняття, що позначає соціальні очікування представників різних статей один від одного. Наприклад, соціолог Е. Гідденс трактує гендер таким чином: «Ми використовуємо термін стать, коли маємо на увазі відмінні фізичні особливості людського тіла, а термін гендер, коли йдеться про психологічні, соціальні та культурні відмінності між чоловіками та жінками. Різниця між гендером та статтю є принциповою, оскільки багато відмінностей між чоловіками та жінками мають небіологічне походження».

Буквально термін «гендер» перекладається з англійської як рід у мовному розумінні цього слова. У соціальних науках цей термін вперше застосував американський психоаналітик Роберт Столлер у статті "Стать і гендер: про розвиток маскулітності та жіночності".

Сучасні гендерні дослідження зосереджені на механізмах відтворення гендерної рівності, на стосунках між жінками та чоловіками у суспільстві. Гендерну систему слід розглядати не лише як ідеї та інститути, а й як поведінку індивідів та всі типи комунікативної взаємодії, сукупність соціальних ролей, що приписуються індивіду. Гендерні дослідження стали розділом феміністичної теорії, який підкреслював неможливість адекватного розуміння становища жінки в суспільстві без розуміння та гендерного аналізу відносин [38, с. 43].

Пояснимо, чому побудова, створення статі здійснюється від народження, постійно і кожною людиною, можливо, досліджуючи не лише індивідуальний гендерний досвід, а й саме явище гендеру як соціального інституту. Як соціальний інститут - стать, один з головних засобів, за допомогою якого людство організовує своє життя. Слід зазначити, що існує два шляхи відбору особистостей для вирішення будь-яких соціальних цілей: перший - на основі їх таланту, здібностей, мотивації та компетентності, тобто досягнень, які вони демонструють; а другий - на основі належності до певної статі (гендеру), раси, етнічної приналежності, тобто передбачуваного членства в певній соціальній групі. Різні суспільства використовують ці два різні підходи для оцінки людей з різною інтенсивністю, але кожне суспільство використовує гендерний та віковий розподіл.

Очевидно, що таке соціальне явище, як стать, має неоднозначне значення, включаючи значну кількість компонентів, які об'єднуються у дві основні групи: стать - як соціальний інститут та стать - як індивідуальний статус.

Як соціальний інститут, стать включає:

1. Гендерні статуси - соціально-гендерні ролі, норми, які соціально визначаються суспільством і закріплюються за допомогою поведінки, жестів, мовних, емоційних, психологічних приписів.

2. Гендерний поділ праці - розподіл продуктивної та домашньої праці між членами суспільства, наділеними різним гендерним статусом. Робота, розділена за чоловічим та жіночим гендерним статусом, підвищує оцінку суспільством цих статусів: наприклад, чоловічому статусу зазвичай відповідають більш престижні та високооплачувані роботи [34, с. 41].

3. familyгендерна рольова роль - тобто права та можливості для кожного гендерного статусу в сім'ї. Статуси в сімейній системі відображають і підвищують престиж і владу, поділяючи різні статі.

4. Гендерні біологічні (сексуальні) сценарії поведінки - нормативні моделі сексуальних бажань, сексуальна поведінка, що належить до гендерного статусу. Члени домінуючої статі мають більше сексуальних прерогатив, члени підпорядкованої статі можуть сексуально експлуатувати.

5. Гендерні риси особистості - поєднання рис особистості, що моделюються за гендерними нормами і забезпечують певні почуття та поведінку представників різних гендерних статусів. Соціальні очікування інших в міжособистісному спілкуванні постійно підтримують ці норми [18, с. 8].

6. Гендерний соціальний контроль - формальна та неформальна підтримка та винагорода за певний тип поведінки і, відповідно, покарання за нехтування, соціальна ізоляція, лікування неконформістської поведінки.

7. Гендерна ідеологія - яка виправдовує існування гендерних статусів, особливо відмінності в їх оцінці з боку суспільства. Домінуюча ідеологія (чоловіча) намагається придушити критичне вираження думки, нав'язуючи свої оцінки природному.

8. Гендерні образи - це культурні репрезентації статі символічною мовою та витворами мистецтва, що відтворюють та легітимізують гендерні статуси. Культура є головною опорною силою у домінуванні гендерної ідеології.

Щодо особистості, стаття будується на основі:

1. Категорії біологічної статі - визначається з народження на підставі наявності первинних ознак (статевих органів). Біологічну стать можна змінити хірургічним шляхом.

2. Гендерна ідентичність - особисте розуміння та прийняття своєї статі.

3. Гендерний сімейний та репродуктивний статус - показовим є виконання або відмова від шлюбу, народження дітей, сімейні відносини.

4. Гендерні сексуальні орієнтації - соціально та індивідуально прийняті моделі сексуальних почуттів, бажань, практик та ототожнення з ними [11, с. 56].

5. Гендерна особистість - характеризується інтернаціоналізованими моделями соціально прийнятних почуттів, емоцій, слугуючи зміцненню сімейних структур, інститутів батьківства.

6. Процеси гендерного відтворення - соціальна практика навчання гендеру «правильній» поведінці, в тому числі на вербальному рівні. Постійне відтворення гендерних відмінностей та домінування.

7. Гендерна презентація - показ, демонстрація себе як людини, яка має відповідні гендерні якості за допомогою одягу, косметики, ювелірних виробів та інших інформаційно важливих маркерів тіла.

Таким чином, значення гендерного підходу полягає у з'ясуванні:

1. Андроцентризм сучасної культури (глобальна тенденція до побудови світу, призначеного для чоловіків, як центральної головної нормальної фігури цього світу. І все жіноче розуміється як другорядне і менш значуще).

Використання гендерного підходу для аналізу соціокультурного життя суспільства дозволило побачити гендерну асиметрію нашого суспільства. У

нашій сучасній культурі можна побачити не такі яскраві, але досить виражені цінності, згідно з якими все, що визначається як чоловіче, вважається домінуючим. Тобто вважається, що лише чоловік представляє все людство і виступає від його імені. Він також виконує найважливішу місію для людства - зберігає фокус на вивченні та побудові світу. Жінці дарується світ емоцій та інтуїції [17, с. 51].

Отже, людська норма вже давно розуміється як чоловіча, і жінки повинні у міру своїх можливостей і здатності підтягуватися і пристосовуватися до неї. Справа зводилася до кумедних випадків. Таким чином, в інструкції з прийому препарату дозу розраховували для середньостатистичного чоловіка. Для чоловіків створюються лише машини та інші засоби механізації праці.

Гендерний підхід, що використовується для аналізу нашої культури, довів, що на онтологічному та гносеологічному рівнях вони існують як елементи культурно-символічного ряду: чоловічий - раціональний - духовний - божественний - культурний та жіночий - чуттєвий - тілесний - земний - природний.

2. Системи соціально-гендерних (гендерних) ролей, тобто зразків поведінки, що очікуються від особистості відповідно до створених суспільством уявлень про чоловіків і жінок.

Аналізуючи роботи з гендерних досліджень українських науковців, О. Кіс та Ю. Корольчук дійшли висновку, що мова йде переважно про Гендер як характеристику пригнобленої жінки, яку українці асоціюють або з Берегиною, або з Барбі, і що жінки в політиці ні, і в цьому винні самі жінки, які не дуже хочуть туди потрапити. Практично всі дослідження стосуються жінок як детермінанти гендерних досліджень, що в першу чергу обмежує саме поняття "гендер", яке не поширюється лише на "жінок" як основну категорію гендерних досліджень. Це бачення суттєво звужує предмет гендерних досліджень до жіночих досліджень, що не пояснює та не

обґрунтовує науково гендер як концепцію, що включає 4 основні категорії - жіночі, чоловічі, андрогінні та трансвеститні типи [9, с. 61].

1.2. Гендерне забарвлення як ознака текстів сучасних медіа

Як відомо, однією із загальних функцій журналістики є формування громадської думки. Журналістика виконує цю функцію демократичним шляхом, організовуючи на своїх сторінках обговорення важливих соціальних питань, надаючи можливість всім зацікавленим громадянам виступити з широким колом актуальних питань.

Сучасний ЗМК - надзвичайно важлива ланка у затвердженні, тиражуванні або руйнуванні гендерних стереотипів, які є фундаментальними та пронизують усі сфери людського існування. Тому ми вважаємо, що сьогодні важко протидіяти гендерній нерівності та незнанням, усунути нинішні стереотипи щодо ролі жінок та людини в суспільстві, а також для повного досягнення цілей державної політики щодо створення умов для реалізації рівних прав, свобод та можливостей для осіб обох статей.

Причинами гендерної асиметрії в ЗМІ є андроцентрична культура і домінування в андроцентричних дискурсивних практик. Механізми формування та збереження гендерної нерівності у ЗМІ мають символічний та лінгвістичний характер, мають риси риторики, міфології, стереотипів. Головна хитрість приховування гендерних питань у ЗМІ - це розширення риси чи інтересів чоловічого до всього суспільства, або навпаки зведення всього суспільства лише до чоловічої статі [37, с. 65].

Одним з найважливіших інструментів гендерної політики є ЗМІ. Професійно продумана гендерна політика може вирішувати багато гендерних питань за допомогою засобів масової інформації, але в той же час існує великий ризик ескалації гендерної напруженості через неадекватну гендерну політику ЗМІ).

Стереотипне висвітлення соціальних ролей та образів жінок і чоловіків є досить поширеним явищем для більшості сучасних українських ЗМІ.

Характери та інтереси чоловіків та жінок можуть бути протилежними один одному. На підтримку цього журналісти використовують штампи: «слабка стать», «слабка половина людства», «сильна половина».

Жінки та чоловіки представлені в різних рубриках новин. Для чоловіків присвячена рубрика в політиці та економіці, жінкам - здоров'ю, сім'ї, дітям.

Смирнова О. В. зазначає, що в сучасному суспільстві гендерні відносини залишаються проблематичними та суперечливими та характеризуються такими факторами:

- відсутність гендерного підходу до формування політичної культури;
- розшарування у публічній сфері;
- гендерна диференціація у галузі виробництва та заробітної плати;
- гендерні відмінності у добробуті;
- гендерна нерівність у приватному житті, демографічна криза;
- криза маскулінності та проблема здоров'я чоловіків;
- вплив гендерних стереотипів у мові, культурі та ЗМК на масову свідомість;
- гендерна цензура [7].

Система гендерних стереотипів базується на бінарному протистоянні маскулінність - жіночність. Маскулінність автоматично прирівнюється до активно-творчій, культурний, цивілізаційний початок, а жіночність – до пасивно-репродуктивний, природний. Поширюються відповідно соціальні ролі, висвітлені в журналістських матеріалах: для жінок – сімейні ролі, для чоловіків - професійні.

Роль ЗМІ у висвітленні гендерних питань останнім часом стала модною темою науково-публіцистичних суперечок. ЗМІ звинувачують у реалізації та підтримці стереотипів: цілі та інтереси жінки, як правило, суто чисті

одночасно приватний сектор (сім'я, домашні обов'язки, догляд за дітьми) чоловікам приписують образ публічної людини, для якої головним є праця, самореалізація та суспільне визнання [17, с.67].

Як справедливо зазначає український соціолог Ольга Сovenко, «гендерні проблеми сучасного українського суспільства на площині напівзаборони. Моральні установки нашого не дуже далекого минулого говорять про те, що обговорення стосунків між статями, а також відмінностей між ними та їх правами в суспільстві є предметом табу, непристойним і непотрібним. Існує встановлений порядок раз і назавжди: чоловік сильний, у нього є права та пріоритети, а жінка слабка, здатна головним чином до відтворення людського роду, її слід захищати та піклуватися разом з дітьми. Такі норми панували в суспільній моралі протягом багатьох століть». [16, с. 7].

Блогери та журналісти, які пишуть тексти на тему гендерної нерівності, зазначають, що проблема полягає не тільки в тому, що жінки і чоловіки неоднаково представлені як експерти з різних тем, а мають неправильний, «застарілий» колір мови. Українські ЗМК люблять використовувати кліше про "слабку" та "сильну" стать як синонім слова "жінка", іноді замінюючи його фразою "прекрасна половина людства" [16, с. 8].

Ще однією проблемою сучасних українських ЗМІ є пропуск теми домашнього насилля. На думку дослідниці Анни Бандурки, «замовчування домашнього насильства є навіть більш злочинним, ніж неможливість його висвітлення, можливо, провокуючи негативні соціальні наслідки. Однією з основних функцій журналістики є культурна та освітня. Його втіленням є зміст соціального обов'язку журналістики. Розкриття складної теми домашнього насильства, журналісти мають досліджувати та запропонувати конкретні способи запобігання побутовим злочинам».

Останнім часом на урядовому рівні розглядаються питання багатьох країн світу з питання гендерної рівності. ЗМІ транслюють новини про

законопроекти, плани розвитку, нововведення, прийняті урядом України у сфері гендерної рівності.

Зокрема, право на рівність закріплено у багатьох законах України. Так, у 24 Стаття Конституції України закріплює положення про те, що всі громадяни мають рівні конституційні права та свободи та рівні перед законом [36, с. 25].

Загалом, гендерний паритет відображений у низці законодавчих актів України: Кодекси про шлюб та сім'ю; Трудові кодекси; Кримінально-процесуальний, Цивільний кодекси України; Кодекс України про адміністративні порушення, а також у Законах України «Про зайнятість населення», «Про пенсії», «Про охорону праці», «Про державну службу» тощо.

Більше того, в Україні сьогодні діють спеціальні закони України "Про принципи запобігання та боротьби з дискримінацією в Україні" (2012) та "Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок та чоловіків" (2005).

Однак на сьогоднішній день все ще існує тенденція до гендерної дискримінації в різних сферах суспільного життя. Статева дискримінація - обмеження прав та можливостей людей за ознакою статі зменшує можливості для них у трудовій та соціальній сферах.

Рівність прав жінок і чоловіків забезпечується: шляхом надання жінкам рівних прав та можливості чоловіків у соціально-політичній та культурній діяльності, в освіті та навчання, роботі та винагороді за це; спеціальні заходи щодо захисту рогадок та жіночого здоров'я, встановлення пенсійних виплат; створення умов, що дозволяють жінкам поєднувати роботу з материнством; правовий захист, матеріальній та моральній підтримці материнства та дитинства, включаючи надання оплачуваних відпусток та інші переваги для вагітних жінок та матерів [33, с. 64].

На наш погляд, основними темами гендерних питань в ЗМІ є побутове насильство; нижча заробітна плата жінок порівняно з чоловіками; нерівномірність представництва обох статей у владі та владних структурах в

порівнянню з чоловіками; нерівномірність професійних свобод через стереотипи про "жіночі справи" та "чоловічі справи"; сексистські стереотипи в різних сферах життя.

Від того, як часто в ефірі українських радіостанцій будуть артикулюватись ці теми, залежить формування масової свідомості щодо цих проблем. Жінки частіше зустрічаються в сюжетах в ролі жертв (погодні та природні катастрофи, домашнє насильство, расизм, крім питань війни і тероризму). Чоловіки ж частіше відображені як особи, що вижили в усіх категоріях [9, с. 28].

На наш погляд, дуже важливо висвітлити гендерні проблеми нерівності. Для цього на українських радіостанціях має з'являтися більше гендерно-чутливих матеріалів. Існують також певні критерії таких матеріалів:

а) сюжети, що суперечать стереотипам. Наприклад, спростувати загальні припущення про жінок та чоловіків шляхом додавання жінок-експертів у політиці, бізнесі та економіці та чоловіків-експертів у галузі батьківства дітей дошкільного віку;

б) новини чи історії, які показують баланс джерел та відображають різний вплив певних ситуацій на жінок та чоловіків. Всупереч традиції, в них сюжети опитували чоловіків і жінок, даючи нові перспективи події;

в) новини чи історії, що висвітлюють питання, що стосуються рівності або нерівності між чоловіками та жінками або щодо підходів, структур чи процесів сприяння гендерній рівності.

1.3. Історичні передумови дослідження лексики, що має гендерне забарвлення

Зрозуміти суть будь-якого процесу в людському суспільстві, суть самого людського існування неможливо без розгляду що у світі існує чоловічий і жіночий принцип. І справді, стать чоловіка - одна з найважливіших рис особистості, і стереотипи з нею пов'язані, вчені кажуть - навіть сильніші, ніж расові чи будь-які інші.

Що ж, наука нарешті звертається обличчям до людини - в останніх концепціях. Значення індивідуальних особливостей особистості зростає у цих формах, сформульованих шляхом залучення наукових досягнень психології, біології, філософії, культурології та інших антропологічних ("антропологічних") наук.

Це явище розглядалося і раніше, але лише з кінця 60-х років ХХ століття починається його комплексне міждисциплінарне вивчення. Гендер є центром відносно нової галузі знань - гендерних досліджень.

Основним методологічним принципом гендерних досліджень є визнання культурної обумовленості статі, її інституціоналізація та ритуалізація

Характер, що призвів до появи терміна гендер, називається - на відміну від терміна *sexus* - для підкреслення соціальної, культурної обумовленості фено-гендерне меню, тобто підходити до явищ маскулінності та жіночності не подобається до незмінної природності, а також щодо динамічних, що змінюються продуктів розвиток людського суспільства, які піддаються соціальним маніпуляціям та ліплення [50, с. 16].

За останні роки Україна досягла значного прогресу у дослідженні та гендерній проблемі. Декларація допомагає зосередитись на цій важливій сфері для політичного керівництва країни. Звичайно, як часто у нашій країні декларації недостатньо збігаються з реальною практикою суспільного життя, але у зв'язку з визнанням прагнення держави встановити гендерну демократію Верховна Рада України прийняла Закон "Про забезпечення рівних прав та можливостей для жінки та чоловіка 8 вересня 2005 року. А 27 грудня 2006 року уряд прийняв постанову "Про затвердження Державної програми сприяння гендерній рівності в українському суспільстві на період до 2010 року". Для його реалізації 10 вересня 2009 року було підписано наказ Міністерства освіти і науки України «Про імплементацію принципів гендерної рівності в освіті».

Восени 2013 року уряд знову прийняв подібний документ із зазначеним терміном до 2016 р. Прийняття таких документів на деякий час дозволяло вітчизняним чиновникам добре виглядати на міжнародних форумах, присвячених глобальним викликам тисячоліття. Але, окрім декларацій, міжнародне співтовариство очікує реальних кроків щодо впровадження гендерної рівності.

Щодо ролі вітчизняних вчених у цьому процесі (будь-які трансформації повинні мати міцну наукову основу), слід зазначити, що у відповідь на необхідність, заявлену демократичним суспільством у вітчизняній науці, спостерігається посилення інтересу до гендерних питань з кінця ХХ ст.

Гендерний підхід визнаний важливою складовою сучасного літературознавства та медіазнавства. Наукові дослідження проводяться в напрямку розуміння літератури та соціальних комунікацій крізь призму гендеру. У вітчизняній журналістиці (українська назва медіастудій) сформувався або, точніше, формується науковий напрям, який вивчає гендерний аспект медіа - гендерні медіастудії.

Центральну концепцію наукового дискурсу гендерних досліджень обґрунтував американський психоаналітик Роберт Столлер. Концепція дослідника базувалася на поділі "біологічного" та "культурного". Дослідження статі (англ. - sex) вважав Р. Столлер розглянуто як завдання біології та фізіології та гендерний аналіз (англ. - gender) як науковий напрям досліджень психологів, соціологів, культурологів. Пропозиція вченого розбавити біологічні та культурні компоненти при вивченні питань, що стосуються статі, і дала поштовх до формування особливого напрямку в сучасній гуманітарній науці - гендерних досліджень.

То що таке стать? Приходить поняття "гендер" (англійська - гендер, французька - жанр) з лінгвістики і в оригінальному значенні перекладається з англійської як "рід" [5, с. 26].

Т. де Лауретіс, посилаючись на «Американський словник англійської спадщини», виділяє кілька значень слова «гендер». По-перше, це лексико-граматична категорія, що використовується у багатьох мовах для класифікації іменників (жіночого, чоловічого та середнього роду); по-друге, класифікація за статтю; секс. Також "гендер" розуміється як подання відносин, вказує на належність до класу, групи, категорії, що відповідає одному із значень слова "рід".

Доцільність залучення терміна «гендер» до вітчизняного наукового співтовариства через відсутність непотрібних, невідповідних відтінків значення та асоціативних ланцюжків, що з'являються при вживанні слів «стать», «стать». Принципова різниця між категоріями "стать" та "стать" полягає в їх різному генезі. Стать як фізіологічна категорія має анатомічну основу і природний характер. Гендер - це своєрідна семантична надбудова над статтю, сукупність атрибутів, зразків поведінки, ролей, які відводиться чоловікові та жінці, сформованих культурою; це категорія, побудована суспільством. Гендер не розглядається як щось дане, долюдське, це «сукупність наслідків, що відбуваються в тілах, поведінці та соціальних аспектах відносини "завдяки" складній політичній технології "залучення до сфери культурних оцінок та уподобань за допомогою мовної практики».

Відсутність загальноновизнаної української термінології ускладнює наближення широкої громадськості до розуміння теми. Однак засвоєння вітчизняними вченими західної гендерної термінології стає все більш поширеним, беручи до уваги.

Українська специфіка використання, поступово знімає "термінологічну напруженість" початку 90-х. В результаті прийняття в українській мові терміна "гендер" виникають нові поняття. Наприклад, гендерні дослідження, гендерний підхід, гендерна культура, гендерні проблеми. До речі, наша "практика гендерних медіа" є одним із таких нових утворень [27, с. 22].

Як виявилось, все, що вивчає гендерні дослідження, має багато значень і особливостей. Тому неоднозначність концепцій та напрямів досліджень не дивує.

Водночас досягти згоди між головними науковими школами наразі не вдається. Ну, якщо правда народжується в суперечці, саме цей процес спостерігається зараз у вітчизняних гендерних студіях.

У статті "Геднер" в "Енциклопедії постмодернізму" поява гендеру як категорії аналізу та культурної критики пов'язане з фемінізмом, представники якого, роблячи акцент на опозиції "стать - стать", подібні до опозиції "природа - культура" , стверджують, що очевидні відмінності між чоловіками та жінками слід пояснювати культурним нав'язуванням гендерних ролей.

Перехід від феміністичних практик до гендерних досліджень сам по собі проявляється у зміщенні акцентів: від аналізу жіночого фактора та твердження про домінування чоловіків до аналізу формування та функціонування гендерних символів у різних процесах, включаючи творчість. Центральним для гендерної філософії є проблема тексту та мови, які розуміються як вираз ідей про світ, що представляють і побудувати стать. Розгляд чоловічого та жіночого як опозиційних понять замінюється розглядом статі у контексті проблеми ідентичності та відмінності.

Дистанціюючись від біологічної диференціації чоловіка та жінки, стать ґрунтується не на протиставленні чоловіка та жінки, а на вже зрозумілих відмінностях. "Різниця" - це концепція філософії Дж. Дерріди, яка визначає її як "не ціле, не просте" початок ", структуроване та відмінне джерело відмінностей". Отже, гендерна теорія є невід'ємною частиною вивчення іншості, ідентичності, культурних відмінностей. Іншими словами, гендерні дослідження підходять до розуміння, мабуть, найважливіших питань у житті людини: «Хто я?», «Що / що я?» [19, с. 45].

Теза гендерних досліджень з питань придбання, соціокультурної побудови нашої реальності вимагає врахування культурного контексту. У деяких культурах шкода жінкам / чоловікам заради деяких соціальних уподобань є прийнятним, для інших - ні.

Зверніть увагу на наявність прогресивних поглядів на гендерні проблеми та лексику серед українських мислителів тих часів. Це, звичайно, факт. На той час ті самі погляди були в Європі, але навряд чи вони були домінуючими і могли кардинально змінити соціальний порядок. Зрештою, з точки зору сучасника - що такого прогресивного в тому, щоб вважати жінку людиною? Слід зазначити, що настільки очевидні речі на той час були революційними і їх не вітали (м'яко кажучи). Це було щось на зразок аболіціонізму (противники рабства).

Ми також хотіли би, звичайно, думати, що це вітчизняна наука в Європі, гендерні дослідження були першими, і становище українських жінок вражає, вони відрізнялися від своїх сестер у тогочасному світі. Але, мабуть, такі тези важко довести, використовуючи наявний історичний матеріал. Положення жінок, як тоді, так і зараз, було незавидним. Народившись дівчиною, людина втратила громадянські, економічні та соціальні права.

Незважаючи на давню традицію, майже протягом усього двадцятого століття питання рівності між чоловіками та жінками вважалися вирішеними радянською владою, а не філософською думкою. Однак оригінальним досягненням цього часу, органічним для української культури, є практична філософія В. Сухомлинського. Він спрямований на утвердження цінностей, пов'язаних з жіночою природою: любов, турбота, краса, материнство, природа, батьківщина. Есенціалісти вибухнули оплесками, а конструктивісти вигукують, що погляди Сухомлинського не мають нічого спільного з гендером, оскільки вони лише поглиблюють гендерні стереотипи та «заганяють» жінку до ролі «берегині дому» [45, с. 12].

Простежуючи особливості розвитку гендерного світу української літератури, слід враховувати традиції античної писемності, що сягають часів Києва. У ньому яскраво відображаються результати духовного протистояння між міфологічними уявленнями та віруваннями предків, які високо цінували роль жінки, та християнською культурою, твори якої вбирали досягнення елліно-римського маскулінізму («чоловічий світ»). В результаті розбіжностей у фундаментальних уявленнях існують різні традиції трактування питань, які сучасна наука визначає як гендерні.

З одного боку, неповноцінність жінки була виведена з відомої біблійної історії: жінка відібрана від чоловіка і тому повинна йому підкорятися. Влада чоловіка над жінкою трактувалася як закон, що відповідає ієрархічній структурі держави: «жіноча голова - це чоловік, чоловік - принц, принц - Бог» (Наталія Пушкарьова, 1989). Вчення і притчі змальовували образ «покірної», «тихої», «покірної», «мовчазної» дружини, до них зверталися як до жінок: «не чиніть опору, дружини, ваші чоловіки, але виконуйте їх у всьому, виконуйте волю чоловіків ", а чоловіків:" Не дозволяйте жінці говорити про це і не дозволяйте її силі наступати на неї (Наталія Пушкарьова, 1989).

РОЗДІЛ II. ПОРІВНЯЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛЕКСИКИ, ЩО МАЄ ГЕНДЕРНЕ ЗАБАРВЛЕННЯ У ЯПОНСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

2.1. Гендерна проблематика в Україні та світі

Світова наукова думка на рубежі другого-третього тисячоліть характеризується появою нових напрямків досліджень, переосмислення, здавалося б, усталених теорій та переоцінок звичного - соціальні, політичні, повсякденні практики. Від століття до століття спеціалізація наукових знань прогресує. Нові проблеми, суперечності, альтернативи, види інтелектуальної діяльності потребують культури підняття питань на основі попередніх наукових традицій та навичок зосередити увагу на проблемах нової ери, часу, країни [51].

Права і свободи людини - одна з головних проблем багатовікової історії політико-правової думки, яка розглядалася з позицій політичного, морального, філософського, релігійного, правового світогляду [29, с. 6].

Проблема взаємин жінки і чоловіка в суспільстві давня. Сьогодні вона набуло особливої гостроти, оскільки боротьба за нього загострюється у світі затвердження демократичних норм і принципів.

Для позначення нових стратегій світового регулювання соціально-сексуальних відносини в соціальних науках розпочали гендерні дослідження. Термін "гендер" виник у Великобританії. Переклад з англійської гендер дослівно означає граматичний рід - чоловічий, жіночий, середній. У майбутньому це поняття стало означати соціально-статеві ознаки статі, на відміну від власне біологічного (генетично-морфологічний, анатомічний, фізіологічний), - від властивих їй характеристик способу життя, поведінки, намірів та прагнень.

Гендер стосується не лише чоловіків та жінок як окремих осіб, але також характеризує взаємозв'язок між ними як соціально-демографічних груп, так і

гендерні відносини в цілому - як соціальні ролі жінок і чоловіків, дівчат та хлопців, як вони соціально структуровані [8, с. 32].

Цивілізовані країни почали активно використовувати гендерний підхід вирішення соціальних проблем, аналіз політики. Про це свідчить створена законодавча база. Закони про рівність жінок і чоловіків були прийняті в Росії Польщі, Литві, Японії, Норвегії, Швеції, Франції, Фінляндії, Голландії та ін.

Зокрема, країни Британської Співдружності затвердили програму дій щодо статі та розвитку. У ньому стратегічним напрямком було визнано гендер, що полягає у врахуванні гендерних перспектив на всіх етапах дослідження та реалізації державної політики [6, с. 9].

ООН та міжнародні європейські установи вирішують гендерне питання як один із пріоритетів людського розвитку. Розвиток і мир покладені в залежність від питання рівності між чоловіками та жінками. В середині 90-х років до Індексу людського розвитку було додано два показники - індекс гендерного розвитку (GDI) та ступінь гендерної впевненості (GEM) [42, с. 12].

Використання гендерного підходу в публічному дискурсі забезпечує широкі можливості переосмислення культури. Ця теорія передбачає зміни цінностей та перегляд багатьох усталених ідей. Гендерний підхід, як багатогранне бачення процесу, яке передбачає діалог статей з урахуванням форми їх взаємодії та взаємодоповнення, має зайняти активне місце у побудові демократичного суспільства.

Збільшення рівня публічності та поширення як у науковому використанні, так і в політико-правовому аналізі проблем гендерної рівності набуває поняття гендеру в Україні.

Гендерні дослідження, започатковані в Україні зусиллями ентузіастів, їх актуальність, попит та безумовні перспективи набули згодом значний розвиток. Починаючи з індивідуальних розробок спеціальних курсів з гендерних проблем, з небагатьох наукових досліджень у цій галузі гендер, у

майбутньому ця сфера викликала справжню хвилю інтересу серед науковців, молодих фахівців, викладачів.

Діяльність гендерних дослідницьких центрів - неурядових організацій, створених, як правило, у вищих навчальних закладах України, спрямована на розробку та реалізацію гендеру та гендерного питання у навчально-виховному процесі. Поєднуючи зусилля вчителів соціально-гуманітарних та професійних науковців, такі центри суттєво сприяли формуванню гендерних досліджень в Україні [10, с. 6].

З'явився новий комплекс явищ, пов'язаних з проблемою гендер, сформулював відмову від "гендерно нейтральної" методології, відстоювання гендерно-чутливої термінології у дослідженнях, обґрунтування актуальності та популяризації гендерних питань та вихід з стін наукових лабораторій [7].

Наступні відомі імена можуть бути включені до гендерних дослідників: Агєєва В.П., Горностай П.П., Маланчук-Рибак О.З., Оксамит С.М., Фоменко О.С., Лаврінченко Н.В., Чухим Н.Д. та ін.

Гендер - досить складне поняття, оскільки воно розкриває багатогранний аспект змісту явища. У науковій літературі він використовується в декількох значеннях:

- Гендер як соціально-рольова та культурна інтерпретація рис особистості та моделі поведінки чоловіків та жінок, на відміну від біологічних;
- Гендер як здобуття соціальності особами, які народилися в біологічній категорії жіночої чи чоловічої статі;
- Гендер як політика рівних прав та можливостей для чоловіків та жінок, а також діяльність зі створення механізмів її реалізації [7, с. 12]

У найширшому розумінні стать можна визначити наступним чином: «вона моделюється суспільством та система цінностей, що підтримуються соціальними інститутами, норми та характеристики поведінки чоловіків та

жінок, спосіб життя та спосіб життя, мислення, ролі та стосунки жінок та чоловіків, набуті ними як особистості в процесі соціалізації, що визначається насамперед соціальними, політичними, економічним та культурним контекстами життя і фіксує ідею людини і жінки залежно від їх статі» [27, с. 87].

Активні соціальні перетворення, що відбуваються сьогодні, є значними змінами усталений спосіб життя, соціальні норми та ідеологію структури, що їх визначають. Ці перетворення активно розглядаються на різних рівнях; формуються та розвиваються нові наукові напрямки, які мають на меті осмислити та виразити ці зміни. Одним з таких напрямків була теорія статі.

Впровадження гендерних досліджень дозволяє подолати абстрактне розуміння людини - як нестатевої істоти - в основних проявах її соціального життя та формувати толерантного ставлення до світу, як чоловічого, так і жіночого [12, с.17].

Тема гендерної рівності в українському суспільстві стала набагато актуальнішою за останні три роки. Експерти пояснюють це демократичними процесами що відбуваються в Україні, а також дозріванням більш ліберального покоління, яке сьогодні поступово вступає у свої громадянські права з настанням повноліття.

Збільшення кількості жінок у "традиційно чоловічих" сферах (в правоохоронних органах, збройних силах, політиці, керівних посадах) демонструє, що в Україні процеси прирівняння жінок та чоловіків у їхніх професійних правах постійно тривають.

Іншими словами, ми можемо спостерігати, як поступово виходять жінки у громадський простір і позиціонують себе не лише як професіонали високого класу, а також як незалежні автори проектів та керівники ініціатив.

Зростаюча кількість думок жінок у ЗМІ демонструє процес появи та перехід жінок у публічний простір. Можна припустити, що у випадку, коли жінки частіше виступають з політичними чи економічними питаннями у ЗМІ,

відомі громадські діячі чи урядовці обмежаться цим прикладом, який дискримінує розум, здібності та потенціал жінок.

Значна кількість якісних ЗМІ свідомо обирає курс, на який спрямований гендерна рівність. З цією метою засоби масової інформації активно піднімають відповідні гендерні проблеми. Сюди входять питання насильства, проблеми нерівності у професійній сфері, проблеми дискримінації у публічному просторі, а також висвітлення гендерно-позитивних процесів.

Важливою особливою функцією журналістики є організаційна функція, що дозволяє людям об'єднуватися на основі їх спільних інтересів, поглядів та уподобань. На думку сучасних соціологів, якщо порівнювати суспільство з людським тілом, журналістика виконує роль нервової системи, забезпечуючи людину інформацією та підказує відповіді на головні епістемологічні питання: хто вона, чого хоче, що слід зробити для досягнення своєї мети [8, с.20].

Однак слід зазначити, що для нашої країни існують гендерні процеси, довгострокові процеси, які щойно почали діяти. Висловлювання, артикуляція та, врешті-решт, розуміння гендерних питань поступово відбуваються в українському суспільстві та передаються засобам масової інформації. ЗМІ транслюють ці процеси, відстежують тенденцію та активно обговорюють гендерні проблеми [40, с. 34].

Представлення видимості різних статей у ЗМІ є одним з найважливіших кроків до подолання гендерної дискримінації. Використання візуальних та мовних засобів, гості та експерти для коментування, адекватний наголос на сильних і слабких сторонах мовців, уникання стереотипів, пов'язаних з віком та статтю - усі ці дії ведуть до подолання гендерних стереотипів. Оскільки всі члени суспільства однаково створюють матеріальні та інтелектуальні цінності, необхідно уникати поділу тем на чоловічі та жіночі.

2.2. Гендерний аспект лінгвостилістичних особливостей лексики у японській та українській мовах

Гендерний аспект будь-якого дискурсу стоїть на першому місці граматичної категорії роду. Ця категорія є характерною рисою граматики структури індоєвропейських мов. Однак, як відомо, розвиток аналітики призвів до руйнування зміни слів і, як наслідок, до втрати родових опозиції в граматичній системі іменника. Загальний іменникові відмінності проявляються через особові займенники позначаються здебільшого лексичним значенням слів. Імена чоловіків (чоловік, батько, син тощо) належать до чоловічого роду і позначаються особистими займенник він і жінки (жінки, мати, дочка тощо) належать до жіночого роду і позначаються займенником вона [1, с. 37].

На морфо-семантичному рівні представлено поняття ЖІНКИ додаванням морфемних маркерів до загальних номінації, такі як графиня, холостяк. Жіночий суфікс рід, що позначає родову номінацію особи, переносить її в категорію винятки із загального правила і тим самим підкреслює екзистенційні відмінності між жінкою та типовим представником зазначеної категорії родової номінації, тобто людини. В результаті жінка виглядає як нетиповий, маргінальний член цієї категорії. Таким чином, номінація позначена жіночий рід може легко актуалізувати негативний асоціативний потенціал патріархальний гендерний стереотип, у межах якого всі есоціально значущі ролі належать чоловікові, а жінці відводиться роль помічника, який йому забезпечує життєдіяльність [4, с. 39].

Тенденція переважного використання чоловічого роду в журналістиці викликає негативне ставлення деяких мовознавців, які виступають за перегляд статі у сучасній мові. Явна перевага для використання займенники чоловічого роду по відношенню до осіб обох статей призвели до рекомендації лінгвістів уникати сексизму в мові. Термін "сексизм" означає

стереотипність чоловіків і жінок відповідно до традиційно призначеного для них соціальні позиції [8, с. 21].

2.2.1. Гендерно маркована лексика в українській мові

Термін гендер у досліджуваній термінології розглядається не стільки як самостійна одиниця, скільки як складова складних синтетичних термінів та складова аналітичних номінацій.

За структурно-семантичними параметрами ми виділяємо три групи.

До першого, найбільшого в кількісному відношенні, відносять терміни, за якими креатив - це лексема гендер. Ретельне вивчення цього питання можна знайти в праці О. Чуєшкової [20]. Серед однословних термінів UTGL ми фіксуємо лише два - лінгвогендерологія (складний скорочений іменник від лінгвістичний гендерологія) та гендерлект. Перший, як ми вже зазначали, менший загальний синонім гендерної лінгвістики. Гендерлект забезпечує постійний набір особливостей жіночої та чоловічої мови, правил мовної поведінки, стратегії та тактики мовної поведінки чоловіків та жінок в різні комунікативні ситуації в контексті культури [14]. Синонімом цього терміна є побудова чоловічої та жіночої статі мовлення. На наш погляд, термін гендерлект є більш виправданим. По-перше, ми фіксуємо подібні за структурою лінгвістичні терміни діалект, соціолект, а по-друге, він задовольняє одній з важливих вимог до терміна - стислість.

Нарешті, споріднена термінологія проста розбита на окремі терміни: чоловіча та жіноча мова – чоловіча мова, мова жінок, і тому немає необхідності в їх існуванні.

До цієї ж групи належать термінологічні фрази (далі ТК), які включають похідні від терміну гендер. Такі транспортні засоби по черзі поділені на дві підгрупи. Перша включає дво-, три- і чотирикомпонентні транспортні засоби з прикметником гендер, наприклад: гендер концептосфера; гендерне маркування; гендерний номінатив, гендер номінант, номінатив гендерної мови, лексема роду; стать спілкування, гендерне спілкування; гендерний

дискурс; гендерна концепція; гендерний неологізм; гендерна метафора; гендерна семантика; статева культура мовлення; реформа гендерної мови; маркери гендерної мови тощо

Як бачите, усі вищезазначені терміни створюються додаванням прикметника роду до термінів, що використовуються в лінгвістиці термінології. Отже, мова йде про транстермінологію компоненти з подальшим звуженням їх вартості під час створення транспортного засобу.

Прикладом цієї групи термінів є також назва аналізованої області - гендерна лінгвістика.

Як зазначалося вище, гендерні дослідження належать до міждисциплінарних. В результаті в UTGL ми виправляємо умови, що використовувались в інших галузях знань, але під час дослідження вони переживали переосмислення. Ось такі приклади. ТС гендерна асиметрія є нерівне, непропорційне представництво соціальних та культурних ролей особи обох статей у різних сферах життя (наприклад, більше жінок у сферах освіта та послуги, чоловіки - у бізнесі та політиці; також в будь-якій галузі чоловіки займають більше керівних посад, а жінки більше низькооплачуваних). Це проявляється як асиметрія норм, що визначають поведінку жінок і чоловіків у суспільстві, і існують як наслідок андроцентризму та патріархату, основа гендерної нерівності та джерелом нестабільності в окремих державах і у світі в цілому [16, с.50].

У мовному контексті той самий термін буде означати «нерівномірне представництво мовою осіб різної статі [14, с. 18]. Підставою для перенесення терміна з однієї галузі знань в іншу з частковою переосмислення, а точніше - звуження значення було семою «інше представництво осіб різної статі. Приклад транстермінологізації з подальшим звуження значення в UTGL - це також гендерна норма, стать обстеження, гендерний стереотип. Таким чином, експертиза гендерних питань є широкою.

Розуміння трактується як «різновид соціального аналізу, заснованого на гендерній методології, яка полягає у виявленні відмінностей у політичному, соціально-економічному та культурному статусі гендерних груп та підпорядковані відносини між ними, що виражаються в суспільстві через гендер відносин [41, с. 50]. У досліджуваній термінології цей засіб визначається як аналіз письмових текстів та усних висловлювань на цю тему, наявність / відсутність сексизму та будь-яких інших дискримінаційних форм та значення.

Друга підгрупа включає засоби з двома та трьома членами, один з них компоненти якого - це складний прикметник з ознакою статі, наприклад: гендерно позначений компонент; лексика з гендерною ознакою; маркований гендер; випадкові одиниці з гендерною міткою; гендерно позначена неологічна одиниця; мова про гендерний паритет; мова, що включає гендер; гендерно нейтральна мова; гендерно чутлива мова; гендерно чутливий лист; фрагмент тексту, що стосується статі; гендерна мовна форма тощо.

Другу групу становлять синтетичні та аналітичні номінації, які, як і частина термінів першої групи, створюються переважно на основі лінгвістичних термінів. Серед них ми фіксуємо лише три однословні терміни: фалоцентризм, маскулінність, жіночність. Решта - засоби, з яких переважна кількість - двокомпонентні, наприклад: андрогінна риторика, жіноче мовлення, жіноча мова, жіноче письмо, жіноча риторика, жіночий дискурс, жіночий лексикон, жіноча фразеологія, жіночий синтаксис, сексистське вираження, стратегія фемінізації, стратегія нейтралізації.

Зверніть увагу, що всі наступні іменники-прикметники засоби з компонентом жіночий (або його абсолютний синонім жіночого роду) мають подібність за структурою, що відповідає чоловічому компоненту (синонім - чоловічий рід): чоловіча мова, чоловіча писемність, чоловіча риторика, чоловічий дискурс, чоловічий лексикон, чоловіча фразеологія, чоловічий синтаксис тощо.

Т. Космеда визначає їх як "парні" терміни, дихотомічні термінологічні опозиції: жіночий дискурс - чоловічий дискурс, чоловіча поведінка, кодекс - жіночий кодекс поведінки, стереотип чоловічої поведінки - стереотип жіночої поведінки, чоловіча мімікрія - жіноча мімікрія тощо.

Ми також фіксуємо трикомпонентні засоби: андрогінні особливості зв'язку, андроцентрична структура мови, жіночий стиль мовлення, гіпотеза мовна відносність, жіноча словесна поведінка, жінка комунікативна тактика, лінгвістична побудова статі, чоловічої статі словесна поведінка, чоловіча тактика спілкування, чоловічий стиль мовлення. Серед чотирьохкомпонентних транспортних засобів називають патріархальними стратегії мовного впливу.

Третя група включає аналітичні терміни, побудовані додавання лексеми мови до термінів, ширших за значенням та використовується у багатьох інших гендерних дослідженнях, наприклад: андроцентризм у мові, андроцентризм у мові, сексизм у мові, мовний сексизм, гендерна асиметрія в мові, гендерні стереотипи в мові, сексистська мова, мовна гендерна репрезентація тощо. Ми вважаємо, що терміни андроцентризм, сексизм, гендерна асиметрія, гендерні стереотипи тощо в лінгвістичній контексти не потребують уточнення. Як зазначено вище.

У таких випадках ми говоримо про транстермінологізацію - передачу готового терміну від однієї галузі знань до іншої з повним або, як у наведеному випадку, частковим переосмисленням, швидше - звуження змісту. Ці терміни матимуть різні визначення залежно від контексту, ними керуватимуть представники різних наукових галузей, а отже, і така міжсистемна омонімія не створюватиме загрози непорозуміння або невизнання.

Однак у цьому випадку буде порушено одну з важливих вимог щодо терміну - незалежність від контексту.

Підсумовуючи сказане, ми наголошуємо на наступному. Досліджувана термінологія призначена для перекладу в інформаційний простір досягнення нової наукової галузі - гендерна лінгвістика. Але здається це неможливе без встановлення його термінологічного апарату. Запропонована структурно-семантична класифікація термінів, спостереження та рекомендації допоможуть далі стандартизація UTGL.

2.2.2. Гендерно маркована лексика в японській мові

Японська мова - це мова, якою розмовляють японці, японський архіпелаг та японці в еміграції. Вона належить до японсько-рюкюської групи мов. Це рідна мова майже всіх жителів Японії, крім натуралізованих іноземців. Перші документальні підтвердження існування японської мови датуються VIII століттям.

Японська мова графічно виражається трьома складовими елементами - двома складними алфавітами, хіраганою та катакана, а також символами кандзі. Крім того, латинський алфавіт ромаїї іноді використовується для передачі японських фонем.

Мова зазнала сильного впливу китайської мови. Після Другої світової війни активно відбувалися запозичення англійських слів.

Фонеми в японській мові, за винятком подвоєння приголосних (っ) та фонемі «н» (ん), мають відкриті склади, що закінчуються на голосні, а також мають мори в літературній мові та діалектах. Наголос в японській мові є тоновим [57, с. 26].

Для автентичних японських слів, позбавлених іноземних нашарувань, характерні такі риси:

- слова не починаються зі звуку «р», тобто складів стовпчика «ра» (ら行).
- слова не починаються із дзвінких приголосних.
- голосні звуки в корені слова не збігаються один з одним.

Речення будується за схемою «підмет • означення • присудок». Означення передує означуваному слову. Під час відмінювання іменників замість зміни порядку слів у реченні або закінчень іменника, використовується функціональне слово, частка-афікс, яка виконує граматичну функцію і додається до закінчення іменника. Відповідно, в лінгвістичній типології за особливостями будови речення японську мову відносять до мов типу SOV, а за особливостями морфології до аглютинативних мов. Словниковий запас японської мови, окрім автентичних японських слів, містить багато запозичень з письмової китайської мови, а також слів з європейських мов.

В японській мові існують граматично і лексично багаті категорії ввічливості, систематизовані у так званій «шанобливій мові». Гоноративні й адресивні словоформи мають різні відтінки, покликані забезпечити належний рівень розмови осіб різного соціального статусу.

Діалектами японської мови є західнояпонський, східнояпонський і рюкюський. Вони мають детальнішу класифікацію за регіонами на субдіалекти та наріччя. Стандартною або літературною японською мовою вважається діалект середніх і вищих класів Токіо 2-ї половини 19 століття, так звана «мова Яманоте».

Особливостями, які вирізняють японську мову від інших, є, насамперед, японська писемність. В ній використовуються чотири системи — китайські ієрогліфи, силабічні абетки хірагана і катакана, та латинка ромадзі. Ієрогліфи мають подвійне використання — як логограми і як фонограми. Другою особливістю є велика кількість займенників для позначення особи, а також розвинені гоноратив і адресив.

Іншими особливостями є сталість фонем, що мають форму «приголосний + голосний», 5 голосних звуків, протистояння прямих і палаталізованих звуків, наявність 2 мор в 1 складі, одзвінчування голосних, зміна тонового наголосу в складених словах тощо.

Гендерні відмінності в мові та мовленні є однією з найпопулярніших тем лінгвістичних досліджень. Тему гендерних відмінностей у мовах та культурах Сходу досліджували такі західні вчені, як Д. Кліфтон, Г. Шиманов та Д. Таннен.

З перших років життя, коли людина починає говорити, самоідентифікація статевої мови стає одним із ключових моментів розвитку індивідуальності, оскільки основною функцією мовлення є обмін соціальною інформацією. Відомо, що основні напрямки інформації, що передається від оратора слухачеві, різняться залежно від статі. Вивчення гендерних відмінностей у мовленнєвій та поведінковій культурі забезпечує глибше розуміння ментальності людей, мова яких вивчається [52, с. 43].

Варто зазначити, що такі відмінності важливі при навчанні студентів мовам. Зосередження уваги на статі одержувача, якому викладається матеріал, допомагає донести повну та найбільш актуальну інформацію до учнів. З точки зору перекладу текстів офіційно-ділового стилю з урахуванням гендерних відмінностей мови допомагає краще зрозуміти мовну ситуацію та роль мовців на час перекладу.

Як і Китай та Корея, Японія зазнала сильного впливу конфуціанських ідеалів. Конфуціанство в основному зосереджене навколо сім'ї. Чоловіки є господарями, тоді як жінки - доглядачі в будинку і в основному піклуються про сім'ю.

Положення жінок в Японії різко змінилося протягом століть, і ці зміни відбуваються зараз. Все більше японських жінок обирають кар'єрне зростання замість сім'ї, тому формальний діловий стиль мовлення також змінюється і активно розвивається з точки зору гендерних відмінностей, незважаючи на те, що це найбільш стійкий стиль мовлення. Сьогодні не тільки в Японії, але й у всьому світі гендерні аспекти мовлення мають тенденцію швидко змінюватися, саме тому їх дослідження надзвичайно актуальні як для навчання, так і для перекладу. У дослідженні будуть

розглянуті гендерні зміни як усної, так і офіційно-ділової мови. Також буде враховано стан гендерних відмінностей у мовленні залежно від віку мовців.

У період Мейджі жінки виховувались як "красиві жінки і мудрі матері" відповідно до конфуціанської ідеології. Ось чому на державному рівні жінкам пропонувалося використовувати більш жіночі мови та поведінку для модернізації Японії. Основна мета - зміцнення концепції "чоловічого правління" та "підпорядкування жінки" - була втілена в радикальних змінах і принциповій різниці в гендерних аспектах японської мови.

Така тенденція до використання м'якшої та ввічливішої мови, скромності та підкорення чоловікові в японській мові називається 女らしさ onnarashisa (яп. жіночність). Низький тон мовлення особливо притаманний для жіночого мовлення у зв'язку з тим, що він допомагає робити мовлення більш елегантним та зрілим. 女の魅力は話し方次第 onna no miryoku wa hanashi katashidai – “яп. Краса жінки – в тому, як вона говорить” – кажуть японці. У цьому вислові відображене ставлення японців до ідеалу жіночності та мудрості. Мовлення, на думку японців, стає красивішим та справляє враження навченості за допомогою його “прикрашання” – додавання часток おおたご go [56, с. 23].

Нещодавні лінгвістичні дослідження відзначають тенденцію до того, що "жіночі" та "чоловічі" слова в офіційно-діловому стилі японської мови відходять на другий план, тобто усувають різкі гендерні відмінності в лексичних одиницях. Звичайно, це пов'язано з активною позицією жінок у підприємстві та бізнесі. Однак японські жінки визнають, що навіть сьогодні, коли гендерна рівність має чітку законодавчу базу та посадові інструкції, вони стикаються з нерівністю, коли віддають перевагу чоловікам. Багато таких жінок стають самозайнятими. Як ми бачимо зараз, у "країні, де переважають чоловіки", створюється велика кількість фондів та організацій, які допомагають жінкам-підприємцям. Тому, можна зробити висновок, що офіційне японське ділове мовлення все ще пронизане гендерними

відмінностями, але ця ситуація має тенденцію до швидкого зниження протягом наступних кількох років. Однак все-таки варто пам'ятати про безглузді гендерні відмінності в мовленні не тільки японців, а й людини в цілому.

Жіноча мова на японській мові називається 語語 joseigo (японська жіноча мова), чоловіча мова - 男性語 danseigo (японська чоловіча мова).

Через гендерні відмінності в японському мовленні не граматична категорія, а гендерні ролі в суспільстві, отже, відмінності помітні в основному в лексичному шарі мови. Сьогодні гендерні відмінності в мовленні мають сенс. Це можна побачити з кількох аспектів:

1) змістовне уникнення гендерних відмінностей в офіційному діловому мовленні;

2) осмислене використання „жіночого” та „чоловічого” словникового запасу у вільному спілкуванні у розмовному стилі мовлення. Нижче ми розглянемо обидва аспекти більш докладно.

Європейський спосіб життя сьогодні має великий вплив на мовлення в Японії. Як і Європа, японська молодь створює власні субкультури, які є синтезом європейських субкультур та японського розуміння життя. Як у мовленні європейських молодіжних субкультур, так і в мові японської, основним механізмом самоідентифікації, крім одягу та поведінки, є мова. Ось простий приклад лінгвістичної ідентифікації - субкультура під назвою «Фрукти» характеризується жіночим мовленням, оскільки в основному це жіноча субкультура, в основі якої лежить яскравий одяг, величезна кількість прикрас та дещо спотворена, «занадто жіночна» мова [53, с. 14].

Однак із просуванням Японії до країни, вільної для самоідентифікації, до неї почали входити чоловіки, і тому сьогодні жіноча мова для чоловічої частини молоді не дивна. Чоловіки, які цікавляться способом життя цієї субкультури, не скажуть грубої руди (японською мовою означає "чоловіче

Я"), а заміняють її більш нейтральною 私 *watashi* (японська "нейтральним" "Я"). Також не дивно, що чоловіки осмислюють займенник *あたし atashi* (японське "я"), який не обов'язково пов'язаний з орієнтацією чоловіка, але виділить його як, по-перше, члена субкультури, а по-друге, як м'яка людина. Навпаки, жінки, що входять до субкультури «візуальний кей», характеризуються більш грубою - чоловічою мовою.

Тобто більш жіночі, «м'які» слова в таких випадках замінюються на більш грубі та жорсткіші чоловічі колеги.

В офіційно-діловому мовленні такі заміни, звісно, є недопустимими, а нівелювання гендерних відмінностей можна побачити вже із застосування нейтрального займенника 私 *watashi* (яп. нейтральне "я") як жінками, так і чоловіками. Мовлення офіційно-ділового стилю в цілому є переважно нейтральним. Можна також помітити, що деякі "жіночі" форми слів є нормами в офіційно-діловому мовленні. Прикладами таких дифузій між чоловічим та жіночим мовленням можуть бути форми закінчення речень в офіційно-діловому стилі. Наприклад, форми *だ da* (яп. стверджувальна частка), *だろう darou* (яп. можливо), *かい kai* (яп. питальна частка), *ぞ zo* (яп. підсилювальний елемент, напр. знак оклику) є типовими для закінчення речень у чоловічому мовленні. Форми *わ wa* (яп. жіноче закінчення речення), *わよ wa yo* (яп. стверджувальна частка), *でしょう deshō* (яп. питально-стверджувальна частка) притаманні жіночому мовленню [延与 2012, 52–70]. Чоловічому стилю властиве також і скорочення слів шляхом скорочення останніх букв та розтягування *え e* в кінці. Наприклад: *たかい* → *たけえ takai* → *takee* (яп. високий), *きたない* → *きたねえ kitanai* → *kitanee* (яп. брудний). Жіночі форми ввічливіші, в той час як чоловічі – коротші та грубіші навіть на слух. Проте жіночі форми закінчення речень використовуються в офіційно-діловому мовленні обома статями, чоловічі ж є більш розмовними. Вагому різницю можна побачити також і в прикметниках японської мови. На відміну

від прикладів, наведених вище, прикметники, які характеризують жінок, не можуть бути використані щодо чоловіків, та навпаки. Яскравими прикладами таких слів є: *かっこいい kakkoii* (яп. красивий) та *きれい kirei* (яп. красива). Такі слова можуть набувати навіть образливого значення, якщо вживані неправильно [54, с. 9].

Можна зробити висновок, що історично «чоловічі» аспекти мови та поведінки загалом вважалися «діяльністю» та «інтелектом». Жінкам надавали риси «елегантності» та «податливості».

Японські дослідники гендерних відмінностей в офіційному діловому мовленні наводять такі характеристики обох статей:

Риси, притаманні жінкам	Риси, притаманні чоловікам
Використання м'яких форм мовлення	Використання грубих форм мовлення
Вживання шанобливих суфіксів	Бажання якомога скорше позбутися шанобливих суфіксів
Ввічливе мовлення	Зменшений ступінь ввічливості
Використання уточнювальних питань	Уникання уточнень та максимальна скороченість діалогу
Використання лексики, притаманної жінкам	Використання лексики, притаманної чоловікам

Дослідження іноземних лінгвістів, які займалися вивченням поведінки японців та корейців різної статі віком від 18-ти до 30 років, підтвердило гіпотезу про те, що жінки не тільки ввічливіші, а й м'якші у спілкуванні. Ці лінгвістичні характеристики переважно пов'язані з психологією. Як результат, виражаються вони переважно в поведінці. Поведінка, емоційність та психологічне ставлення до мови добре відображені в таких прикладах:

1	Жін.	わあ、感激だわ！	<i>Waa, kangeki da wa!</i>	яп. Ура! Було б неймовірно!
	Чол.	感激だよ！	<i>Kangeki da yo!</i>	яп. Було б непогано!
2	Жін.	ホントに素敵な夜ね。	<i>Hontou ni sutekina yoru ne!</i>	яп. Наскільки ж чудовий вечір!
	Чол.	いい夜だね。	<i>Ii yoru da ne.</i>	яп. Гарний вечір.
3	Жін.	まあ、素晴らしい眺め！	<i>Maa, subarashii nagame!</i>	яп. Господи, який чудовий краєвид!
	Чол.	へえ、いい眺めだな！	<i>Hee, ii nagamedana!</i>	яп. Гарний краєвид!
4	Жін.	まあ、どうしましょう。	<i>Maa, doushimasho?</i>	яп. Матінко, що ж робити?
	Чол.	どうしたらいいかな。	<i>Dou shitara ii kana.</i>	яп. Що б краще зробити...

Мовлення обумовлює для мовця певне середовище з особливими порядками та правилами. Чоловіки, яким не властиво перебувати під тиском, намагаються зробити таке середовище більш комфортним для себе. Через це

їм властиве бажання позбутися шанобливих суфіксів якомога скоріше, переводячи співрозмовника на свій рівень ввічливості. Жінки, які асоціюються з пасивністю та піддатливістю, вживають шанобливі суфікси, щоб неявно домінувати своєю, часом надмірною, ввічливістю. Також не можна сказати, що на сьогоднішній день такі поняття, як “чоловічі” та “жіночі” слова, повністю зникли з ужитку японців

РОЗДІЛ III. ВІДТВОРЕННЯ ЛЕКСИКИ, ЩО МАЄ ГЕНДЕРНЕ ЗАБАРВЛЕННЯ У ЯПОНСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

3.1. Функціонування лексики ЗМІ, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах

Кожен заголовок сучасних друкованих засобів масової інформації - це частина тексту, яка орієнтує читача на характер, тип, мету журналістського повідомлення, у стислій формі вводить інформаційний зміст журналу чи газети. Саме гендерно-маркований словник заголовків журналістських матеріалів формує рамки лінгвосинергетичного поля гендерного дискурсу сучасних друкованих ЗМІ.

Аналіз заголовків базується на тексті статті. Цей підхід фокусується на тих заголовках, які, на перший погляд, не мають гендерних складових. Наприклад, взятий окремо від контексту статті, заголовок «Недосяжне не» не містить гендерних асоціацій, лише пов'язуючи його зі змістом тексту, ми спостерігаємо гендерне маркування, оскільки це висока оцінка жіночих якостей.

З різних типологій аналізу заголовків ЗМІ було обрано тематичну класифікацію, функціонування фемінітивів та маскулінності в газетних тестах, беручи до уваги як ті одиниці, що розкривають гендерні стереотипи, так і ті, що вирівнюють усталені концепції. Ми пропонуємо виділити наступні тематичні групи назв:

а) з поняттям "гендер" та його похідними (стать, гендерні стереотипи, гендерна рівність тощо). Вони показують, що в сучасному суспільстві в епоху демократичних перетворень особливо актуальними стають гендерні питання, місце та роль чоловіків та жінок («Навіщо нам гендер?», «Трансформація гендерних стереотипів по телевізору», «Гендер до Америки "тощо»);

б) з поняттям "людина" та похідними від нього ("Справжній чоловік", "В очікуванні" чоловічої "розмови", "Слово" влада "- чоловіча", "Чоловіча солідарність"). Все більше стає заголовків, які нівелюють гендерні стереотипи («Чоловіки в материнстві», «Няня-чоловік», «Чоловік-домогосподарка»);

в) з поняттям "жінка", яке можна розділити на кілька підгруп (стереотипне / нестереотипне функціонування):

1) заголовки, що відтворюють призначення жінки як матері (ми бачимо прояв стереотипу Мати з'являється як символ дому, турботи про чоловіка та дітей, оплот ніжності, любові, доброти («Моя найкраща мати, моя наймудріша мати, вона найкраща»);

2) заголовки, які свідчать про долю жінки бути дружина, кохана. Вони поділяються на два тематичні підтипи: деякі розкривають сприйняття жінки жертвою, її невидимість і позбавлення права («Найбільш позбавлені права серед найбільш безправних», «Від ролі« нікого »- до родини-партнера) , інші - краса »,« Кожна жінка - маленька «богиня»»);

3) заголовки, що розкривають образ сучасної ділової жінки, яка успішно реалізує себе в «чоловічих» сферах діяльності: «Чи візьмуть жінки владу?», «Де ти, місіс Бос?», «Жінка-лідер»).

г) з поняттями «шлюб», «шлюб», «шлюб» тощо. Найчастіше такі одиниці підкреслюють стереотипи: 1) прагнення дівчат швидше вийти заміж («Чи всі жінки хочуть вийти заміж?», «Я хочу фату, білу сукню і ... одружитися!»); 2) повільність, прискіпливість чоловіків у справі одруження ("Зустрінь красунь, одружися ...", "Фагот не збирається одружуватися на матері своєї дитини") [44, с. 6].

Багатозначний характер заголовних лексичних одиниць, представлених у газетних текстах, свідчить про унікальність першого елемента архітекtonіки медійного твору. Автор, намагаючись висловити свій матеріал, вдається до оригінальних стилістичних прийомів, шукаючи такі творчі форми, які не

лише зацікавили б читача, а й зробили на нього важливий соціальний вплив. Крім того, заголовок газетної статті є активним синергетичним полем функціонування гендерно-маркованої лексики.

Реклама сьогодні дедалі більше втрачає ознаки інформації, стає інструментом впливу на свідомість споживачів, стає засобом маніпуляцій, нав'язуючи споживачеві поряд з вірою в необхідність придбання товару чи послуги низку стереотипів, включаючи стать. Гендерно маркований словниковий запас рекламних текстів заповнює помітну нішу в лінгвістичній синергетиці медіа-гендерного дискурсу.

Ряд праць зарубіжних (В. Кілборн, Л. Басбі, Г. Лайхті, Г. Салліван, Е. Фурнхем) та українських вчених у різних галузях сучасної науки присвячені гендерним проблемам у рекламі, зокрема проблемі гендерна асиметрія. Ю. М. Галустьян, Т. С. Бурейчак та ін.).

Зазвичай дослідники зосереджуються на аналізі рекламного образу, зловживанні іміджем жінки та експлуатації її сексуальності тощо. Проблемі лінгвістичного аналізу рекламних текстів приділяється недостатня увага. Однак слід зазначити, що мова реклами на сторінках періодичних видань займає особливе місце поряд з іншими функціонально-стилістичними формаціями. Тексти рекламних засобів масової інформації містять усі ті лінгвістичні та екстралінгвістичні засоби, які дозволяють реципієнту зрозуміти і зрозуміти текст та визначити реакцію на нього. Зокрема, журналісти використовували цілий ряд стилістичних, морфологічних, синтаксичних засобів для створення точних гасел або заголовків, які негайно привернули б увагу одержувача. Ефективні форми рекламного тексту включають римування, яке покращує пам'ять ("Медобіотин - вітамін вашої краси"). На синтаксичному рівні ми також засвідчуємо використання особистих закликів, вигуків та питальних речень («Дорогі пані! Легко бути красивою!», «Як стати принцесою? Маленька красуня 2010»). Аналіз журналістських матеріалів рекламного характеру крізь призму висвітлення

ними гендерного аспекту дав змогу виокремити проблему самотності, яка з'являється у пресі та, відповідно, існує в сучасному українському суспільстві. Перш за все, газети рясніють подружньою рекламою ("Я шукаю жінку", "Чекаю чоловіка ...", "Приваблива жінка зустрине чоловіка ..."), яка представляє як жінку, так і чоловіча сексуальність (Чоловіки зазвичай на першому місці - зовнішність, потім - решта ", " Знайшов би принца на білому коні або красивого олігарха ").

Реклама, опублікована в україномовній пресі, за структурними та композиційними характеристиками, лексичним складом та викладом матеріалу відповідає вимогам побудови ефективного рекламного повідомлення: рекламні тексти, призначені для сприйняття жінки, відзначаються високим рівнем виразності та емоцій , широке введення перед основним матеріалом. матеріали, призначені для розуміння чоловіками - лаконічність, впорядкованість та фактична подача матеріалу [19, с. 43].

Для створення явних гендерно маркованих лексем та виразів журналісти застосовували ефективні засоби вираження:

- 1) порівняння (не жінка, а вітер; тепер воно біжить як бик; молода жінка як груша);
- 2) метафори (перукар вогнених зачісок; золота осінь жінки; муки віку Бальзака);
- 3) епітети-оксиморони (на що здатна прекрасна сука; краса - це страшна сила, і чим ти старший, тим страшніший);
- 4) редуплікація основ (велична величність; я не коханка, а кохана; який ти холостяк, ти самотня);
- 5) іноземні запозичення (панянка, леді, містер, мадам, фрау, сеньйоре, міледі, джентльмен);
- 6) діалектизми (газдиня, газда, вуйко) та ін.

Варто виділити особливі типи гендерних метафор - тілесні метафори, які кожній із статей приписують відповідні якості у створенні прототипу чоловічого та жіночого в суспільній та індивідуальній свідомості (слабкість "сильних"); сексуальні (еротичні) метафори, в яких статевий акт проектується на інші сфери людського життя («Я не закликаю вас йти за читачем, лягати під нього»).

У зображенні жіночих / чоловічих рис автори медіатекстів використовують стилістично позначені зоономії (кішка, свиня, корова, лисиця, заєць, тигр, лев); орнітоніми (сокіл, павич, соловей, голуб, півень, зозуля, курка); флоролексеми (бузок, фуксія, троянда, хміль, дуб), такі як («Свиня у чоботях», «Він справжній тигр, який не терпить фальшу», «Голуб, що йде ліворуч», «Мати» зозуля »,« Дівчата на балу - бузок та фуксія »).

Номінативність гендерних одиниць зумовлена використанням внутрішніх ресурсів української мови та іноземних запозичень. Лексикон поповнюється морфологічним та лексико-семантичним способами словотворення, лінгвістичні представники останнього - лексеми, метафоричні вирази гендерної парадигми в гуманітарних науках: філософія, етнологія, лінгвокультурологія та інші.

Спроби журналістів привернути увагу читача до нового розуміння ролі чоловіків і жінок у суспільстві призводять до активізації гендерно позначених неологічних одиниць у газетних текстах, які, крім номінативної, виконують оцінно-експресивну функцію (пор.: чувак, порнозірка - негативний відтінок; - позитивний).

За походженням гендерні інновації класифікуються на такі групи:

- 1) лексичні (назва нового поняття, наприклад, андрогінний аналіз, дива тілесність),
- 2) семантичні (слова з новим значенням: супер гарячий, споживач),
- 3) контекстуальна помаранчева жіночність).

За способом творення виділяють такі підгрупи:

а) формування на основі запозичень з інших мов, зокрема англіцизмів (ділова жінка, леді-бос, подруга, вбивця, фронтмен, кум), галліцизми (мадам товста -довіра, треш-травесті-тизер) тощо;

б) іноземні запозичення, які набули української парадигми і тепер здатні утворювати властиві українській мові похідні слова (осквернений, дофамінований, володар Оскара, бізнес-леді); до цієї групи належать неологізми, утворені суфіксальним способом із іноземних запозичень (мачізм, фасеїзм); префіксний метод, а також складні одиниці із вкладеннями-запозиченнями (квір-лінгвістика, квір-теорія, квір-свідомість; секс-голод, сексуальна жінка, секс-бойкот; топ-блондинка, топ-холостяк, топ-холостяк; супергероїня, супер тато, супер мама, супер леді; колишній зять, колишній дідусь, колишня свекруха);

в) утворення на основі реабілітованих застарілих слів та виразів, що вживаються в новому семантичному значенні (дружина, кавалерійська дівчина);

г) гендерні інновації з чоловічими придатками (чоловік-спортсмен, батько-заявник, батько-вихователь, батько-відвідувач, споживач-чоловік, чоловік-невдаха, друг-коханець-співучасник, батько-гей, чоловік-оригінал); та жіночності (дружина-домогосподарка, вродлива блондинка, жінка-начальник, жінка-керівник, жінка-таємниця, жінка-свято, жінка-повсякденна, жінка-мрія, жінка-вамп, жінка-змія, жінка-пила, жінка-кровопивка, свекруха-змія, свекруха-пантера).

Відповідно до функціонального навантаження неологізми поділяються на випадкові (індивідуальний автор, наприклад: молодший-гарніший-стрункіший-блондин) та оральні (які є загальноновживаними, наприклад: майор, порно модель, хлопець).

Ми виявили, що в умовах лібералізації та демократизації лінгвістичних та стилістичних норм у мові друкованих засобів масової інформації ефективним

засобом вираження газетних текстів є залучення гендерно позначених випадкових одиниць, які виконують, крім номінативних, оцінно-експресивні функція.

Лексема "сексизм" - це калька з англійської мови, в якій основа "секс" має два значення - власне секс і секс. Сутність лінгвістичного сексизму ми бачимо в дискримінації та приниженні людини за ознакою статі, що пояснюється мовою та виявляється в активізації стилістично скороченого словникового запасу в газетних текстах.

Довгий час вважалося, що в українському суспільстві, як і патріархальні, сексизм був спрямований переважно на жінок. Це стосується, насамперед, поводження з жінкою як з об'єктом, позбавленим будь-якого соціального значення, крім репродуктивного: опікуном будинку, матір'ю тощо. Однак ми стали свідками того, що дискримінаційні практики стосовно чоловіків в українському суспільстві також виникають і стають нормою, стаючи звичними, загально визнаними [11, с. 56]. Тому в медіатекстах ми спостерігаємо гендерно позначені лексеми та вирази, які ми кваліфікуємо як:

а) феміністичні сексизми (жіноча логіка, царство бабусь, стара діва, блакитна панчоха, п'ятий розмір інтелекту, сука, повія, личинка);

б) маскулістичні-сексизми (сопливий, невдаха, ходячий гаманець, син матері, чоловік, бабуся).

Ми вважаємо, що семантичне поле понять «жінка» та «чоловік» розширилось та поповнилося із резервів негативно конотованих номінативних одиниць, пейоративних зрушень для позначення гендерних ролей осіб обох статей. Невирішена проблема сексизму зафіксована в заголовках із іронічним підтекстом («На Волині говорили про сексизм у рекламі і вирішили, що оголена жінка не повинна рекламувати муштру», «Сексизм, безглуздий і нещадний»).

В результаті дослідження гендерного дискурсу сучасних друкованих засобів масової інформації розглядається питання правомірності

використання сексизму в медіатекстах, які сприяють появі та закріпленню забобонів, ворожості до нового, посиленню гендерної асиметрії в українському суспільстві було посилено. Ми вважаємо, що подальші наукові дослідження проблеми лінгвістичного сексизму будуть важливими в науково-теоретичному та практичному аспектах, оскільки визначатимуть шляхи, засоби та методи подолання цього негативного соціального явища.

Аналіз когнітивного аспекту виявив низку концепцій, які активно використовуються, згруповані у концептосфері індивідуальних рис характеру жінки, її ролі в міжгендерних відносинах, її творчому самовираженні, що відображає унікальність гендерної ідентичності кожного поетеса. Найхарактернішими засобами в цьому аспекті є:

- лексеми - символи, що включають гендерні символи;
- лексичні одиниці з яскраво вираженою чоловічою чи жіночою атрибуцією;
- лексико-стилістичні засоби з традиційно нейтральним гендерним забарвленням, які в тексті можуть набувати статусу конструктів гендерної ідентичності;
- контрастує з явною або неявною гендерною семантикою;
- епітети, метафори, порівняння, компоненти яких містять повністю або частково гендерно забарвлену семантику.

Аналіз перекладацьких рішень з позиції гендерного підходу виявив ряд трансформацій, основними з яких є такі:

- використання із семантичного ряду еквівалента з вищим чи меншим ступенем гендерного забарвлення;
- метод додавання окремих лексем / фраз, які служать засобом активізації гендерних позицій щодо жіночності чи маскулітності;

- прийом конкретизації, внаслідок чого відбувається як введення додаткових ознак жіночності / маскулінності в структуру оригінальної гендерної ідентичності, так і їх усунення;
- отримання контекстно-функціональної компенсації:
- Співай пісню, коли горе - моя доля; Буря кинулася на мене, її удари зливали без милосердя;

悲しみが私の運命であるときに歌を歌ってください。嵐が私を襲い、その打撃は容赦なく合流した。

- випуск деяких контекстуально гендерно забарвлених лексем / фраз;
- використання підсилювачів для підкреслення жіночих / чоловічих рис: І я цілую теплий - З таким ніжним поцілунком ...; Мені це дуже легко. Мені дуже важко. - Мені це дуже легко. А вони такі важкі.

そして、私は暖かくキスします-そのような優しいキスで...; それは私にとってとても簡単です。それは私にとって非常に難しいことです。 -とても簡単です。そして、彼らはとても重いです。

- передача ознак жіночності / мужності в межах шляху / лінії / пов'язаних виразів;
- заміна стилістичних фігур з подальшим посиленням гендерних позицій (далі я буду нести важкий камінь) або втратою гендерних кольорових образів (сині дощі - як сині дощі; гіацинтне сонце - як гіацинтне небо) [50, с. 32].

Когнітивний аспект гендерної ідентичності, порівняно з іншими, містить найбільше смислове навантаження у відображенні гендерних позицій суб'єкта дискурсу, і тому вимагає від перекладача максимально ідентифікувати та зрозуміти символічно-асоціативний шлейф оригіналу, щоб навести його ближче до цільового читача.

Комунікативні стратегії, мають низьку частоту використання в текстах у чистому вигляді, однак, тим не менше, вони тим не менш заслуговують на особливу увагу в рамках гендерного підходу. Загальною тенденцією комунікативної поведінки суб'єктів досліджуваного жіночого є його маскулінізація - переважання волелюбних, рішучих, впевнених мотивів найбільш яскраво виявляється при аналізі стратегії напористості. За мінливістю прийомів перекладу найбільш типовими є:

- простеження структурної побудови вихідного висловлювання та його семантичного змісту;
- зміна структурної конструкції вихідного висловлювання, не пов'язана з граматичними особливостями мови, що приймає, з частковою зміною семантики вихідного повідомлення;
- зміна структури оригінального висловлювання, через відсутність відповідних лексико-семантичних засобів створення ефекту переконання / вираження впевненості в перекладі, що супроводжується зміною семантичного змісту.

Проектуючи на дискурс, явище мовчання лежить в основі стратегії мовчання, виразні та оцінні характеристики якого змінюються залежно від позиції перекладача:

Я весь час думаю про вас // Але мені не потрібно говорити про ти - я постійно про тебе думаю. // Але я не повинен насправді говорити про це.

私はいつもあなたのことを考えています//しかし、私はあなたについて話す必要はありません-私はいつもあなたのことを考えています。 //しかし、私は実際にそれについて話す必要はありません。

Стратегія невизначеності виражається, як правило, у віршованому тексті лексичними засобами (вставити «можна»), рідше синтаксичними конструкціями (або / або з негативною часткою «ні»), метафоричними конструкціями, загальна семантика якої свідчить про невизначеність.

Відповідно, згідно з принципом явного вираження значень невизначеності в тексті, останні можуть бути виражені явно лексично або явно синтаксично і передані в перекладі за допомогою лексичних та граматичних аналогів мовних засобів, що модифікують ілюкційну силу виразу.

З точки зору гендерного читання поетичного перекладу, особливу увагу слід звернути на звернення, що містять компліменти, оскільки вони часто супроводжуються високим ступенем втручання перекладача як гендерно мовної особи:

Мій дорогий хлопчику - О мій коханий хлопче; Щоб ти, найсильніший, схилився - І, найсильніший, на моїх губах відпочивав - Щоб ти, наймогутніший, лежав - Щоб ти, мій найсильніший, міг ...

私の愛する少年-私の愛する少年よ。最強の、お辞儀をしたあなた-そして、最強の、私の唇にかかった-最強のあなた、横たわっていた-私の最強のあなたが...

Специфіка перекладу адрес полягає також у особливостях вибір кореспондентів із семантичного ряду (сильний,) у найвищому ступені порівняння прикметників (найсильніший - найсильніший - наймогутніший - всесильніший) [51, с. 13].

Перекладацький аспект відтворення цих стратегій виявляє дещо іншу ситуацію від оригіналу, коли перекладачі намагаються прибрати яскраво виражені чоловічі риси оригінального дискурсу та додати «від себе» жіночих рис до образу ліричних героїнь. Втручання гендерної ідентичності перекладача в таких випадках у найбільш радикальному прояві впливає на заміну оригінальної комунікативної стратегії, але фіксація таких випадків у проаналізованих текстах є кількісно незначною.

Аналіз емоційного аспекту гендерної ідентичності виявив засоби жіночої виразності, особливості яких виявляються в метафоризації, розпаралелізації емоційних переживань, використанні спеціальних форм слів. Ми зупинились

на засобах вираження емоцій, найбільш характерних у загальному контексті творчості поета, зокрема на використанні:

- інтонаційні засоби вираження художньої модальності, які зберігаються або трансформуються у перекладі залежно від семантичної організації оригінального висловлювання, комунікативних намірів перекладача:

Де це смішне слово взяти? — Чекати слів настроїв - це чиста дурість! この面白い言葉はどこから来たのですか? - 言葉の気分を待つことは全くナンセンスです! (використання окличних інтонацій внаслідок семантичних перетворень та відповідної зміни питання на директиви);

- лексико-семантичні засоби передачі емоційного стану, який набуває різного тлумачення в цільовому тексті залежно від гендерних позицій перекладача:

Україна! Я плачу сльозами над тобою ... // Моє нещастя! Що допоможе тузі? // Що я роблю для вас із цим важким смутком? - Україно! гіркі сльози над тобою я плачу. // На жаль! навіщо тобі таке горе? // Чим я можу скористатися тобою так глибоко?

ウクライナ！私は涙を流して泣きます...

//不幸です 何がエースを助けますか？

//この重い悲しみで私はあなたのために何をしていますか? -ウクライナ！私はあなたに苦い涙を流します。

//残念ながら！なぜそんな悲しみがあるの？ //何をそんなに深く使うことができますか？

(використання високих поетичних форм, підкреслена інверсія) - Україно моя! Я плачу за тобою багато сліз ... // О, зірочка лихої долі! Що може полегшити це горе? // Чи може найглибше горе допомогти моїй батьківщині дорога? (Посилення загальної образності, введення додаткових елементів та часткова трансформація образів, використання інтригуючого займенника

«мій», «наш», прикметник «дорогий», конкретизація лексемами «Україна», «батьківщина»);

лексичні та морфологічні засоби - зокрема, зменшувальні утворення. Структурні відмінності між українською та англійською мовами зумовлюють використання широкого спектру прийомів перекладу: додавання окремих лексем з різним семантичним змістом, пошук подібних семантично подібних англійських еквівалентів, перенесення ознак на споріднені лексеми тощо;

засоби гендерної атрибуції - віднесення до певного іменника граматичного роду за ознакою гендерної дихотомії: Сонце блищить і знову похмує - Іноді сонце блищить, потім затінює його обличчя. Співвідношення сонця з чоловічим родом є вираженням дихотомії статі жіночого роду - чоловічого, що відображено у вірші за допомогою членів бінарної опозиції "місяць - сонце";

стилістичні засоби - повторення, паралелізми, інверсії, які, зберігаючи референтне значення висловлювання, змінюють загальний зміст сказаного завдяки додатковому емоційному змісту.

Перекладацький аналіз емоційного аспекту гендерної ідентичності суб'єктів поетичного дискурсу виявив найбільшу мінливість перекладацьких рішень через високий ступінь гендерної обумовленості психологічних станів, з одного боку, та значення емоційної функції поетичного тексту з іншого.

Вибір прийомів перекладу для відтворення аспектів гендерної ідентичності залежить від функцій мови - інформації, заклику до дії чи реакції, вираження емоційних та естетичних переживань відповідно, і на нього впливає літературна традиція оригіналу, домінуюча методологія перекладу, гендерні позиції перекладача [57, с. 16].

Актуалізація гендерного фактора в інтерпретації дозволяє глибше проникнути в картину авторського світу і, таким чином, наблизитися до встановлення настанов щодо відтворення авторських позицій щодо гендерної ідентичності в перекладі. Вивчення гендерних питань у контексті

інтерпретаційних теорій перекладу дозволяє розглядати гендер у поетичному дискурсі як фактор вибору перекладу.

Гендерна ідентичність - це сукупність соціокультурних норм і стереотипів поведінки, характерних для певної статі у відповідній соціально-історичній та соціокультурній ситуації. Сукупність засобів вираження позицій гендерної ідентичності суб'єкта в тексті формує гендерну парадигму поетичного тексту. Гендерна парадигма - це комплекс лексико-семантичних, лексико-синтаксичних та стилістичних засобів з явною або неявною гендерною семантикою, в межах якої вербалізується гендерна ідентичність мовної особистості автора. Гендерна парадигма як цілісна система охоплює ряд різнобарвних різнорівневих текстових елементів, які залежно від прагматичної спрямованості можна віднести до когнітивного, комунікативного чи емоційного аспекту гендерної ідентичності суб'єкта дискурсу.

Текст несе риси гендерної ідентичності автора, які містяться в його лексико-семантичних, лексико-синтаксичних та стилістичних засобах з явною або прихованою гендерною семантикою. Аналіз особливостей побудови гендерної ідентичності виявив її парадигматичний характер: гендерний компонент простежується в одиницях мікроструктури та формує макроструктуру поетичного тексту. На рівні мікроструктури гендерні позиції найбільше проявляються в особливостях лексичного та синтаксичного вживання мови та проектуються на рівень макроструктури тексту, де імплікація гендерного фактора виявляється у гендерній парадигмі поетичного тексту.

3.2. Проблеми перекладу лексики, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах

Тісний зв'язок між мовою та суспільством залишається безперечним: мова не лише відображає події реального життя, але й здатна впливати на них, красномовними прикладами яких є, зокрема, такі мовленнєві акти, як

оголошення війни чи смертний вирок. Те, як мова зображує жінок і чоловіків, глибоко впливає на їх роль і ставлення до них у суспільстві. І важливу роль у цьому відіграють засоби масової інформації, які здатні в найкоротші терміни донести інформацію до різних верств населення у найвіддаленіших куточках країни.

Безсумнівно, жінок та чоловіків зображують по-різному на різних мовах світу, так само, як у різних країнах їх ситуація відрізняється. Однак численні дослідження матеріалів різних мов виявили загальні риси зображення статей, зокрема такі:

Образ чоловіка як норма, а жінки як відхилення від нього, прикладом чого є вживання чоловічих слів, коли мова йде про чоловіка загалом чи жінку.

В результаті жінка стає «непомітною» в мові. У випадках, коли вона стає «видимою», її видимість асиметрична: жінку часто роблять «видимою» лише для того, щоб підкреслити своє «відхилення» від норми, тобто чоловіка.

Лексичні та граматичні форми жіночого роду залежать і часто утворюються з чоловічих форм.

Мовний образ жінок і чоловіків стереотипний: жінок здебільшого зображують як сексуальних, а чоловіків - як раціональних істот.

Причиною "невидимості" жінок є мовний андроцентризм, який у цьому випадку виявляється в образі жінки через чоловічі форми, особливо іменники та займенники. Ось чому жінки залишаються «невидимими» навіть тоді, коли вони є героїнями газет та журналів.

На перший погляд, українських ЗМІ достатньо, щоб помітити різні образи чоловіків та жінок. Чоловіки виступають у великих новинах і є головними героями більшої частини газет та журналів частіше, ніж жінки. З одного боку, «невидимість» жінок у висвітленні в засобах масової інформації політичного та економічного життя країни є цілком природною, оскільки переважну більшість політичних та економічних діячів становлять чоловіки,

а тому кількість повідомлень про жінок лише пропорційна їх кількість у тілах. владні та керівні посади.

Більшість вчених пояснює поняття "гендерні стереотипи" як один із типів соціальних стереотипів, стандартизованих, стабільних, емоційно насичених та ціннісних образів, заснованих на соціально прийнятих уявленнях про "чоловіче" (чоловіче) та "жіноче" (жіноче). Вони формуються протягом століть і фіксуються навіть на підсвідомому ментальному рівні нації.

Одним з основних вимірів у визначенні ролі та місця жінок та чоловіків у сучасному суспільстві є опозиція "державно-приватне". У зв'язку з цим призначення жінки та її інтереси тяжіють до суто приватної сфери (сім'я, домашні обов'язки, діти), тоді як чоловік має п'єдестал публічної людини, для якої головним є робота, самореалізація та суспільне визнання[10, с. 21].

Представниці феміністичної гендерології В. Агеєва, Л. Леонтьєва, О. Фоменко говорять про нівелювання ролі жінки в історичному процесі і вимагають сьогодні перегляду історії, в якій «жіночі заслуги є лише незначним доповненням до досягнень чоловіків». Але А. Окара зазначає, що "позитивною рисою України є наявність повноцінного жіночого принципу, якого немає в багатьох інших близьких культурах".

Гендерні стереотипи, враховуючи їх характер і період функціонування в мові, можна поділити на традиційні, нові та сучасні.

Традиційні стереотипи мають давню історію використання і передають віковічні уявлення людей про природу та призначення чоловіків та жінок у суспільстві. Вони формувалися протягом століть, закріплювалися у свідомості багатьох поколінь ораторів і зараз продовжують впливати на світогляд сучасників. До них належать номінативи: Опікун, Медсестра, Адам, Єва, Сильний секс, Слабкий секс, Протилежний секс та інші.

Нові з'явилися в мові порівняно недавно, під впливом мінливих умов суспільного розвитку, і ґрунтуються на сучасних реаліях життя та новій суб'єктності. Представлені концепціями: Барбі, Супермен, Секс-символ,

Модель та ін. Зберігаючи частку насіння традиційних стереотипів, вони формують нові, більш сучасні уявлення про "жіноче" та "чоловіче".

Традиційні стереотипні імена ми називаємо актуалізованими, синхронізованими в сучасному дискурсі з урахуванням нових семантичних характеристик. Це лексичні гендерні пари: Партнер-Партнер, Жінка-Чоловік, Принц-Принцеса тощо.

Традиційні стереотипні імена ми називаємо актуалізованими, синхронізованими в сучасному дискурсі з урахуванням нових семантичних характеристик. Це лексичні гендерні пари: Партнер-Партнер, Жінка-Чоловік, Принц-Принцеса тощо.

Через призму стереотипних кліше сьогодні сприймається образ Берегині, який в українській традиції характеризує призначення жінки в переважно приватній сфері, а також образ медсестри по відношенню до чоловіка: «Величезна кількість причин, що склалися в процесі розвитку людини. жінка в суспільстві є берегинею вогнища, а чоловік – годувальником».

Деякі вчені - О. Кісь, Л. Ставицька - схильні розглядати образ жінки-Берегині, нав'язаний українському суспільству. Він, як зазначає О. Кіс, "з одного боку, відтворює консервативні гендерні стереотипи з характерною прихильністю жінок виключно до приватної сфери (сім'ї, будинку), з іншого - під гаслом" відродження традиції "прищеплює штучну модель жіночої ідентифікації, яка насправді має мало спільного з минулим України ". Тобто, на думку дослідника, основним смисловим навантаженням цього образу є абсолютизація репродуктивних та побутових функцій жінки, а не твердження про її" матріархальність "соціальна домінанта [24, с. 29].

У сучасному суспільстві стереотипне уявлення про українську жінку як про "берегиню", богиню сім'ї, що стверджувалося в перші роки незалежності, часто сприймається з високим тоном, хоча іноді набуває декларативного характеру: "зараз це необхідно реально оцінити статус жінок в українському

суспільстві "Блуд". На рівні декларацій вона є Опікуном, тобто піднімається до священного. А насправді ".

Чоловіка, поряд із "охоронцем і охоронцем вогнища", зазвичай зображують як "годувальника", який "захищає свій світ у відкритому бою, на полі бою". Він бере на себе максимум абстрактних рицарських функцій, які "пов'язані з високим ступенем ризику - він годувальник, мисливець, захисник, воїн".

У газетному дискурсі часто відбувається зміна життєвих пріоритетів, трансформація гендерних ролей чоловіків і жінок. Журналісти звертають увагу на нове соціальне явище, процес "фемінізації" прекрасної половини людства, який розуміється як здобуття незалежності від чоловіків: "Українська жінка була не тільки" опікункою. Мисленням і гаманцем (і часто вона годує його, її чоловіка.). Ставши фінансово незалежною, жінці потрібен чоловік, перш за все, вже не як годувальник, а як друг і партнер, наприклад, «емоційний та сексуальний партнер, і якщо хтось виявляє бажання» служити чоловікові», то лише найдостойніший із найдостойніших.

Цікаво відзначити, що в деяких випадках жінки-письменниці навмисно використовують жіночі форми, щоб ставити під сумнів свої інтелектуальні та професійні здібності.

Ми також бачимо легковажне ставлення до інтелектуальних здібностей жінок на телебаченні, яке проявляється, зокрема, у формах звернення до жінок. В одній з передач "Країна Рад", присвяченій догляду за домашніми тваринами, ведуча звертається до гостя, який має ветеринарну освіту, не що інше, як "немовля", і після того, як вона продемонструвала гарне знання його справи, ласкаво запитує: «І де вони вас усьому цьому навчили, крихітко?» Навряд чи ведучий буде так скептично ставитися до чоловіка-ветеринара. Цей приклад ще раз показує, що в нашому суспільстві до жінок, які є професіоналами у певних сферах, досі ставляться з недовірою, іронією та скептицизмом.

Факти свідчать, що впливу європейських мов зазнав частково і граматичний стратум японської мови. Так, зокрема, якщо ортодоксальним співвідношенням часових форм присудків простих речень у складі складнопідрядного було таке, при якому на час події вказував лише присудок головного речення, то сучасний стан нормативної граматики свідчить про те, що присудок підрядного речення може узгоджуватися за часом із присудком головного. Порівняймо:

私は小さい時、よく父と海へ行った /

Ваташі-ва чі:сай токі, йоку чічі-то умі-е ітта /

Коли я був маленьким, часто їздив із татом на море.

私は小さかった時、よく父と海へ行った。 /

Ватаїш-ва чіхакатта тою, йоку чіч 卜 то ум 卜 е пта /

Коли я був маленьким, часто їздив із татом на море.

Вважається, що речення другого типу почали з'являтися в японській мові під впливом перекладної літератури. Наведений приклад перекладається англійською так: When I was small, I often went to the seaside with my father. При цьому відображається узгодження часів {sequence of tenses}- одна із найголовніших особливостей синтаксису англійської мови, що ви кликала часткове зрушення і в японській граматиці. Проте, слід неодмінно відзначити той факт, що це зрушення не призвело до витіснення автентичної синтаксичної побудови іншомовною, а це зайвий раз підтверджує, що японська мова, як і японська лінгвістика, в усі часи зберігала свою національну специфіку.

Особливістю японського письма є фуригана, яка полягає у тому, що над (або ж справа, залежно від напрямку письма) одним чи кількома ієрогліфами пишуть знаки кани. В.М. Алпатов виділяє дві функції фуригани:

- 1) допоміжну;
- 2) стилістичну [11].

Розглянемо їх детальніше.

1. Допоміжна функція фурігани полягає в тому, що вона вказує на те, як треба читати ієрогліфи. Це може бути необхідним, якщо вжито рідкісний ієрогліф або ж якщо ієрогліфи можна прочитати неоднозначно. Наприклад, у газетному тексті можна побачити підпис фуріганою рідковживаних うそぶへいそく ієрогліфів на кшталт 嘯 く /усобуку/ грішні/, 閉塞 /хейсо-ку/ блокада, ^ gg /кехай/ ознака, а також ієрогліфів у нестандартному вжи ванні (напр., щ ^ /року-ні/я/с — пор. звичне написання 碌 і 二 /року-ні/).

Застосування фурігани うつぼ/уцубо/ з ієрогліфом вказує на те, що у цьому контексті йдеться Про (つつぼ /уцубо/), а не про небо Ъ /сора/), як зазвичай читають вказаний ієрогліф. При цьому фурігана може встановлювати різні відповідності між системами письма. Так, можливою є ієрогліфічна фурігана при не дуже відомому слові гайраіго, записаному катаканою [11].

В.М. Алпатов наводить такий приклад: у титрах французького фільму катаканою написано ギニオーノレ /гініо:ру/, а зверху ієрогліфами ~ ітяхт-т\бтІ людський театр 人間 s * (ギニオーノル . Можливою є і фурігана при латиниці: ініціали іноземців зазвичай пишуть латиницею, а їхнє читання може бути прописане катаканою [53, с. 25]. Фурігана латиниці доволі поширена у друкованій рекламі, де англійські слова вживають для найменування європейських чи американських тор говельних марок, а також із суто стилістичною метою.

При латиниці можливою є і фурігана, яка являє собою не транслітерацію, а переклад іншомовного слова; у такому разі вона теж виконує допоміжну функцію, допомагаючи читачеві зрозуміти значення невідомого слова, наприклад: 何をすべ在かいかに味るか/ нані-о субекі ка то іка-ні цукуру ка/ ро- W h atto do と how to make 103 бwww / як (з газети). В такому разі фурігана фактично виконує ту саму функцію, що й виноска (як це, приміром,

можна побачити, коли до українського тексту вводять іншомовне слово). Частота застосування фурігани у текстах залежить від жанру останніх. Так, нерідко вона трапляється у прозі, деяких вуличних оголошеннях тощо; рідше - у газетах [11]. Найчастіше ж фурігану в допоміжній функції, звісно, можна побачити на сторінках підручників для дітей, а також іноземців, які вивчають японську мову.

Стилістична роль фурігани типова для публіцистики. Полягає вона у тому, що каною пишуть не те саме слово, що написано відповідним ієрогліфом, а його синонім або слово, близьке за значенням [11]. Нерідко вона стає у пригоді перекладачам при перекладі творів зарубіжної літератури японською мовою.

•..着物の裾をまくりあげて頭からかぶつた女戻か、をさしたノ】、商人力、...

/...кімоно-но сусо-о макуріагете атама кара кабутта камісан ка, каса-о сашіта кошьо:нін ка...

/ ..хаме лише жіноцтво, накрившись полами суконь, та купці під парасольками...

けふは局長邸へ伺候して、お書齋で篇筆を閣下のは二十三本、そしてあの方.....ひやあつ！.....御令嬢のも四本、削って差しあげた.....。

/Кьо: ва кьокучьо:-яшію-е шіко:-шіте, о-шьосай-де пен-о какка-но ва 104 ніджю:самбон, сошіте ано ката..... хіяцу!..... о-рейдзьо:-но мо йон-хон, кедзуцуте сашіагета.../ Сьогодні сидів у кабінеті нашого директора, полагодив для нього двадцять три пера і для її, ой! високоповажності чо тири пера... [46].

У першому прикладі слово /ньо:бо:/ жінка; придворна дама підписане фуріганою як *かみさん*/камісан/ дружина, господиня, що, однак, усе одно не передає тонкощів оригіналу, в якому вжито красномовне російське слово «бабы». Слово ж /йо : гаса/ парасолька європейського тш? *ア* (на противагу до

和• /вагаса/ яка відрізняється і матеріалом, і виглядом від західної) слід читати як か さ (傘) /каса/ 作ア如- яка) парасолька, чим перекладач, з одного боку, намагається бути близьким до оригіналу, проте, з іншого боку, прагне, аби у читача не виникали зайві асоціації з традиційним японським предметом побуту. У другому прикладі йдеться, звісно, не про ручку, а про перо, яким писали у ХІХ ст. У цьому разі фурігана ペン/пен/р ア ч/сд до слова 驚筆/гахіцу/ гусячий пензлик (яке ми, до речі, не знайшли у жодному доступному нам словнику, що, певне, свідчить про оказіональність цієї одиниці) пояснює, з якою метою використовували гусяче перо. Або ж навпаки, відповідні ієрогліфи вказують, із якого матеріалу у ХІХ ст. виготовляли засоби для писання.

Відіграючи стилістичну роль, фурігана нерідко стає засобом художньої виразності або графічної гри слів. Такою функцією фурігани не може не скористатися письмова реклама, яка застосовує всі можливості японського письма, щоби справити враження на потенційних покупців. Наприклад, у газетній рекламі зустрічаємо слово /фурьо:/ низька якість із фуріганою 悪 /вару/ до всього записаною ще й катаканою (ワノレ) для ще більшого підкреслення: ^ ^, що, певне, має справити надзвичайно сильне враження на споживача.

Безперечно, зображення статей у ЗМІ вимагає глибоких систематичних досліджень, але ці приклади свідчать про «невидимість» жінок завдяки використанню чоловічих форм, а також випадки стереотипного їх зображення в українських ЗМІ. Попередні порівняльні дослідження іміджу статей в українських інтернет-виданнях підтвердили, що чоловіки частіше за жінок стають дійовими особами серйозних повідомлень, які в основному використовують активні дієслова та словниковий запас, що має позитивне або нейтральне значення.

Жінки зазвичай потрапляють у новини лише тоді, коли стають жертвами нещасних випадків, насильства та зображуються у традиційних ролях (мати,

жінка чи сексуальний об'єкт). У цих повідомленнях переважає пасивний стан дієслів, широко використовується лексика з негативним відтінком.

Вирішення проблеми нерівномірного відображення статей у ЗМІ ми бачимо у запровадженні гендерної освіти в середній та вищій освіті. Я також сподіваюся, що найближчим часом Україна розробить настанови щодо уникнення гендерної дискримінації у мові - документ, який в останні роки був обов'язковим для державних установ, університетів та видавництв у всіх розвинених країнах [29, с. 43].

Реконструкція системи символів та соціокультурних архетипів жінки та чоловіка у цільовому тексті різна: загалом жінка-перекладач намагається, де це можливо, підкреслити відсутність чи відсутність чоловічих рис у чоловіка-героя та висловити емоційні емоції. план жіночого самовираження. Перекладачі-чоловіки зображують жінку слабкою і потребуючою захисту, і, як правило, приховують чоловічі риси жінки.

Переклад демонструє набагато більшу підпорядкованість оригіналу при відтворенні гендерних позицій автора, відрізняється експресією та високим ступенем збереження метафоричності. Вивчення когнітивних, комунікативних та емоційних аспектів гендерної ідентичності виявляє їх взаємодоповнення і, відповідно, розуміється в різних вимірах категорії гендерної ідентичності. При відтворенні основних аспектів гендерної ідентичності домінуючими виявились такі прийоми перекладу: вибір перекладача із семантичного ряду еквівалента з вищим / нижчим ступенем гендерної статі; метод додавання окремих лексем / фраз / речень для посилення або послаблення гендерних позицій автора; використання інтенсифікаторів для підкреслення жіночих / чоловічих рис у структурі гендерної ідентичності; використання слова з еквівалентним денотативним значенням, але різними конотаціями; прийом конкретизації, внаслідок чого відбувається введення додаткових ознак жіночності / маскулінності в структуру оригінальної гендерної ідентичності або, навпаки, їх усунення;

заміна стилістичних фігур з подальшою втратою / посиленням гендерно-кольорових образів.

Гендерна ідентичність - це вираження гендерних позицій автора, які в результаті перекладацького втручання можуть зазнати посилення, послаблення або трансформації в цільовому тексті. Вибір стратегії перекладу не визначається статевим шляхом, а залежить від ряду суб'єктивних факторів - позицій перекладача, його прагматичних вказівок, власних позицій перекладача щодо гендерної ідентичності тощо, а також об'єктивних факторів, таких як творчий метод автора, парадигма перекладу відповідного дня тощо [30, с. 26]. Перекладач, як суб'єкт вторинного спілкування, повинен знати про гендерну ідентичність автора. Відтворення цілісності гендерної ідентичності при перекладі вимагає збереження вихідного співвідношення жіночих та чоловічих характеристик. Адекватність відтворення у перекладі гендерної ідентичності суб'єкта дискурсу на мікрорівні визначає ступінь збереження гендерних особливостей на макрорівні.

3.3. Шляхи та перспективи вирішення проблеми перекладу лексики, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах

Сучасний підхід до перекладу (Г. де Кампос, Г. Триведі, С. Саймон Д. Робінсон, Д. Шмідт, М. Снелл-Хорнбі, С. Рой, В. Бенджамін Е. Шейфіц, Т. Ніраняна, Л. Веніту) як динамічний процес, що включає як самі культури в цілому, так і їх представників, які є повноцінними психофізичними особистостями, створює сприятливі умови для вивчення гендерних аспектів поетичного перекладу. Крім того, гендерний підхід до поетичного перекладу базується на когнітивній спадщині сучасного перекладознавства, пріоритетом якого є метафоричність мови та культурологічні основи концептуалізації.

Природність гендерного фактора сприяє його безпосередньому вираженню в поетичному дискурсі завдяки його особливій символіці, високій

мірі семантико-стилістичної та образної концентрації, спрямованості на першу особу, важливій ролі експресивної функції в поезії. Відтворенню у перекладі гендерної інформації поетичного тексту, закодованого в його семантичному шарі, повинен передувати ретельний аналіз нетекстових структур, позначених національно-історичним, соціокультурним, індивідуальним характером. Такий аналіз можливий завдяки акценту на пошуку культурних еквівалентів, що сприяє максимальному збереженню комплексу гендерно визначених значень у цільовій мові.

Вивчення гендеру в дискурсивній онтології дозволяє проаналізувати засоби побудови гендерної ідентичності в художньому дискурсі як процес динамічного продукування нових національних, соціокультурних, естетичних та інших смислів, породжених взаємодією жіночих та чоловічих категорій. Дискурс - це специфічна комунікативна подія, яка фіксується в письмових текстах та усному мовленні та відбувається в певному когнітивно-типологічно зумовленому комунікативному просторі. Ключові поняття у дослідженні, розглянуті з позицій перекладознавства - стать, жіночність, маскуліність, гендерний стереотип, гендерна ідентичність - є початковими інструментами гендерного аналізу поетичного перекладу. Метафорично визначені категорії жіночності та маскуліності є основою гендерних стереотипів, які функціонують у мовно-культурній спільноті, і, відповідно, формують систему гендерних символів та гендерно визначених значень у дискурсі [36, с. 21]. Оскільки гендерна картина світу не є універсальною і має специфічні відмінності в різних мовах та культурах, вирішальним фактором для адекватного перекладу є дотримання гендерних та культурних особливостей мови-джерела.

Гендерна парадигма як цілісна система охоплює низку гендерно забарвлених багаторівневих текстових елементів, які, залежно від прагматичної спрямованості, можна віднести до когнітивного, комунікативного чи емоційного аспекту. Типологія гендерної ідентичності в

когнітивному, комунікативному та емоційному аспектах передбачає вивчення когнітивних засобів концептуалізації авторами реальності, які в тексті безпосередньо виражаються в образній системі - зокрема, гендерно забарвленого авторського тропа та шляхів його передачі в переклад; дослідження найбільш характерних рис комунікативної поведінки в рамках поетичного дискурсу - стратегій вираження жіночого досвіду, що традиційно приписується жінкам, та відстеження його збереження / трансформації в перекладі; виявлення емоційних особливостей жіночих текстів та засобів їх відтворення в перекладених текстах.

Вивчення цих аспектів виявляє найхарактерніші засоби побудови гендерної ідентичності в жіночому поетичному дискурсі, що включає одиниці різних рівнів тексту. Переклад повинен відтворювати всі аспекти гендерної ідентичності суб'єкта, що визначає його цілісність при реконструкції в цільовому тексті. Передумовою його збереження в перекладі є пошук не формальних, а функціональних еквівалентів тексту, висловлених автором гендерних позицій, а також уникнення гендерного втручання з боку перекладача. При перекладі літературного тексту перед ним стоїть завдання знайти оптимальне рішення для передачі гендерних наслідків оригіналу. Це рішення може базуватися як на виборі на користь збереження гендерних характеристик, властивих оригінальній культурі, так і на їх адаптації до гендерних моделей приймаючої культури.

Найважливішими загальними тенденціями в поетичному перекладі англійською мовою, які враховані в нашому дослідженні, є усвідомлення права перекладача на індивідуальну інтерпретацію оригінального твору, розуміння зростаючої ролі цільової культури та її літературної полісистеми в рішеннях перекладача. оригінал та внесення його особливостей у мову перекладу. Ці тенденції розвитку художнього перекладу у ХХ столітті сприяють проблемі гендерної ідентичності з огляду на контекстну спрямованість перекладу, підкреслюючи творчий, інтерпретаційний принцип

у процесі перекладу, увагу на роль перекладача як повноправного учасника літературного процес [33, с. 26].

Дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

1. Українські лінгвістичні гендерні дослідження - це відносно нова ланка в галузі гуманітарних наук, яка лежить у міждисциплінарній площині. Гендерні аспекти україномовних друкованих ЗМІ неодноразово були предметом вивчення сучасних журналістів, культурологів та літературознавців, але дослідження лінгвістики лише частково висвітлювали ці питання. Важливим аспектом теоретичної частини дослідження був аналіз лінгвістичного представлення статі, заснований на вивченні традицій лінгвізації та пізнання світу представниками обох статей.

2. Було встановлено, що поява термінів “маскулінність” / “фемінність”, “маскулінність” / “фемінність”, “гендерлект”, “гендергетика” тощо в лексиконі української мови пов’язана зі спробою лінгвістично представляють суть гендеру. Це спричинило необхідність пошуку у словниковому запасі сучасної української мови еквівалентів іноземних запозичень, найуспішнішими з яких, на наш погляд, є „маскулінність” / „жіночність”. Серед усього спектру гендерних досліджень у галузі лінгвістики було виділено декілька основних напрямків:

- а) експлікація засобів відображення статі в мові;
- б) вивчення особливостей чоловічого та жіночого мовлення;
- в) аналіз гендерної ідентичності обох статей та особливостей її вербалізації.

3. У процесі дослідження було зроблено спробу осмислити поняття «дискурс», «гендерний дискурс», оскільки, незважаючи на популярність термінів в останні десятиліття, на сьогоднішній день вони чітко не визначені. Ми сформулювали визначення "гендерного дискурсу сучасних україномовних друкованих ЗМІ", окреслили його концептуальну сферу, яка представлена ієрархією мегаконцепції "чоловік", максимум понять "чоловік",

"жінка", "хлопчик", "дівчина", їх похідні та ряд мінімальних понять. Ми вважаємо, що сучасний медіа-гендерний дискурс - це система гендерних образів та символів, сформованих під впливом громадських поглядів на роль чоловіків та жінок у суспільстві, яка після появи в ЗМІ визначає та консолідує гендерні ролі обох статей у суспільстві та індивідуальна свідомість.

Аналіз концептосфери гендерного дискурсу сучасних друкованих ЗМІ показав гендерну асиметрію в традиції позначення різних видів професійної діяльності: а) лексичні прогалини (відсутність слів, що відповідають жіночому роду для деяких імен осіб за професією та певними професіями); б) морфологічна асиметрія (вторинні форми жіночих форм, що походять від чоловічих форм для позначення осіб за професією та заняттям); в) семантична асиметрія (чоловіча форма має позитивне значення, а похідна жіноча форма зазнає пейорації). Виділені явища вказують на залежність та вторинні форми жіночого роду. Така асиметрія не виявляється лише при аналізі спортивних текстів, оскільки традиція сприйняття спортсмена як особистості, незалежно від статі та соціального статусу, передбачає двійкові імена.

4. Для кращого розуміння гендерної ситуації в сучасному українському суспільстві, концептуальний аналіз заголовкових комплексів з лексичним гендерним компонентом, що відображає гендерні відносини та розподіл гендерних ролей. В результаті розгляду семантичних та емоційних особливостей назв вони систематизовані за тематикою (сім'я, шлюб, професійна діяльність, фемінінності, маскулінності тощо), а також за принципом насадження або відмови від гендерних мовних стереотипів.

Аналіз рекламних текстів з лексичним гендерним компонентом, опублікованих у ЗМІ, показав, що сучасна реклама дедалі більше втрачає ознаки інформативності, стає інструментом впливу на свідомість споживача, стає засобом маніпуляції, нав'язування споживачеві, крім товарів та послуги,

ряд стереотипів. і стать. Рекламні тексти, призначені для сприйняття жінки, відзначаються високим рівнем виразності та емоційності. Натомість тексти, призначені для розуміння чоловіками, характеризуються стислістю та фактичним викладом матеріалу. Гендерно маркований словниковий запас реклами в сучасних друкованих ЗМІ займає помітну нішу в лінгвосинергетичному полі медіа-гендерного дискурсу.

5. Результати контент-аналізу частотності використання гендерно маркованої лексики на сторінках ЗМІ, проведеної, зокрема, на основі матеріалів регіональних тижневиків "Сім'я і дім" та "Бюлетень", підтверджують теоретичні висновки про певні зрушення в традиціях лексики журналістів. Перш за все, це кількісно менше використання лексем для позначення понять «чоловік», «жінка», «хлопчик», «дівчина».

6. Медіастиль дозволяє журналістам використовувати велику кількість мовних засобів виразності для створення яскравих, виразно забарвлених гендерних образів. Серед них найпродуктивніші порівняння з природними явищами, складні метафори, епітети (зокрема, епітети-оксиморони, тавтологічні одиниці), вирази, що виникають в результаті редуплікації основ тощо. Крім того, для зображення жіночих / чоловічих рис автори медіатекстів використовують стилістично позначені зооніми, флоролексеми, іноземні запозичення, діалектизми тощо.

7. Неологічні одиниці відіграють важливу стилістичну роль у процесі створення гендерних образів. У лінгвосинергетичному полі сучасного медіа гендерного дискурсу ми стали свідками активізації гендерних неологізмів-номінаторів, які, крім номінативу, виконують оцінно-експресивну функцію. Процес поповнення гендерних неологізмів у ЗМІ відбувається здебільшого за допомогою авторського словотворення з метою розкриття принципу спорідненості, використовуючи механізми семантичної деривації, морфологічну аналогію.

Ми показали, що найбільшу тематичну привабливість демонструють два поля - "жінка" та "чоловік", де ці понятійні одиниці складають основу словотворення лексико-семантичної парадигми. Однією з особливостей гендерної неології є поліноміальність, оскільки в результаті нашого дослідження ми виявили, що відповідні одиниці здебільшого належать до класу іменників (прості та прислівникові словосполучення). Це свідчить про загальну тенденцію гендерного підходу до соціокультурної дійсності: називання фемінітивів та маскулінностей, соціальних ролей та процесів, щоб надати їм точності, виразності.

8. Аналіз гендерно маркованих лексем та виразів показує, що в українських періодичних виданнях семантичне поле понять "жінка" та "чоловік" розширилось та поповнилося завдяки негативно конотированим номінантам, пейоративним змінам. Ми виділили такі трансформовані мовні одиниці, як сексизми, які позначають фемінітивність та маскулінність. Лінгвістичний сексизм (дискримінація за ознакою статі) сприяє появі та закріпленню забобонів, ворожості до нового, посиленню гендерної асиметрії в українському суспільстві.

Аналіз лінгвістичних засобів створення гендерних образів та стереотипів показав, що хоча лексичні та стилістично забарвлені експресивні одиниці, що використовуються у фрагментах газетних текстів, характеризуються випадковим відбором, вони мають здатність до самоорганізації та організації. Це створює систему, відкриту для саморозвитку та самозбагачення, що дає підстави говорити про синергетичний зв'язок мовних одиниць гендерного дискурсу.

ВИСНОВКИ

Медіатексти - це особлива сфера функціонування мови, в якій відбуваються процеси, які не лише відображають мовленнєву ситуацію загалом, але й впливають на структуру мовної системи. Як результат, мова використовується як засіб впливу, що має загальні системні та специфічні текстові характеристики. Мова будує опис певних образів, що відображають гендерні стереотипи, уявлення про індивідуальні особливості та гендерні ролі обох статей у суспільстві, моделі гендерної ідентичності чоловіків та жінок, а також результати їхньої мовної поведінки, одночасно характеризуючи вибір мови інструменти та конструкції.

Спроба лінгвістично відобразити суть статі, гендерні відмінності в мові, поведінці, характері обох статей спричинила появу в лексиці української мови таких термінів, як "маскулінність" / "фемінність", "маскулінність" / "фемінність" , «гендерлект», «гендер тощо», а також необхідність пошуку еквівалентів в українському лексиконі із іноземними запозиченнями (найбільш вдалимими ми вважаємо терміни «маскулінність» / «жіночність»).

Гендерна ситуація в суспільстві актуалізується в гендерній мовній картині світу. В андроцентрично орієнтованих мовах постпатріархальних суспільств ми спостерігали прояв гендерної асиметрії: номінант чоловічого роду позначає людину загалом і чоловіка зокрема, номінат жіночого роду позначає лише жінку. Тому термінологічне визначення гендерної ідентичності є домінуючим для дослідників з метою впровадження неупереджених, об'єктивних та лінгвістично коректних досліджень гендерних стереотипів у концептуальну та лінгвістичну картину світу.

Особливістю дискурсу засобів масової інформації є його адресність, оскільки інформативний зміст газетних текстів визначається специфікою передбачуваного адресата та передбачуваним характером його інтерпретаційної діяльності. Сутність гендерного дискурсу у дослідженні визначається як сформована під впливом громадських поглядів на роль

чоловіків та жінок у суспільстві, система гендерних маркерів, мовні стереотипи, образи та символи, які після її експлікації в медіатекстах гендерної ідентичності .

Віссю концептосфери медіа-гендерного дискурсу є взаємодія понять максимумів "чоловік", "жінка" та їх похідних, відтворених у пресі за віком та рейтингом соціальних ролей, основні з яких є складовими дихотомії "чоловік" - дружина ", " мати - батько "" , "бабуся - дідусь", "син - дочка" та ін. Основна увага приділяється поняттю "сім'я", що відтворює складну систему взаємодії похідних максимальних понять " чоловік "і" жінка ". Мовне синергетичне поле медіа-гендерного дискурсу доповнюється концептуальними мінімумами - номінативними концептуальними одиницями жіночого та чоловічого роду: „юнак”, „хлопчик”, „дівчина”, „діва”.

В офіційному, публіцистичному й науковому стилях сьогодні продовжують домінувати маскулінітиви (фемінітиви та маскулінітиви кваліфікуємо як номінативні одиниці) у назвах професій і посад: міністр, лейтенант, інженер, пілот, доцент, тоді як “жіночі” відповідники відсутні. Фемінітиви функціонують у тих сферах професійної реалізації, де частка жіночої зайнятості перевищує або й повністю елімінує чоловічу – ведуча, піонервожата, манікюрниця, покоївка. Нівелюють стереотипні гендерні упередження намагання журналістів у медіа-текстах використовувати словосполучення з прикладкою: жінка-президент, дівчина-бухгалтер, мадам-генерал. Аналізуючи газетні видання, спостерігаємо: а) лексичні лакуни (відсутність форм жіночого роду – наприклад, хірург, диригент), б) морфологічну асиметрію (вторинність форм жіночого роду – поетка, лікарка), в) семантичну асиметрію (форма чоловічого роду має позитивне значення, а форма жіночого роду зазвичай зазнає пейорації – пор.: професіонал – професіоналка), що свідчить про залежність і вторинність фемінітивів. Тому для номінації професій у текстах ЗМІ найчастіше використано маскулінітиви, що дозволяє зробити висновок про гендерну

асиметрію професійних наративів: чоловічі, за стереотипним уявленням мовців, – первинні, головні, домінуючі, а жіночі – похідні.

Перекладачі-чоловіки частіше за все, відтворюючи емоційний стан героя, використовують слова з найменшою емоційною індексацією, натомість перекладачі-жінки більш невимушені у використанні висловлень або вигуків із багатим емоційним забарвленням, надають перевагу експресивним, особливо стилістично-зниженим словам та зворотам, ніби навмисно згрублюють стиль викладу. Помітним також виступає те, що чоловіки-перекладачі вдаються до вставних слів, але до таких, що мають значення констатації, на противагу перекладачкам, котрі зловживають вставними словами, різноманітними означеннями, обставинами, а також модальними конструкціями, що виражають різний ступінь невпевненості, невизначеності або приблизності, окрім того, вони демонструють схильність до використання «престижних», стилістично підвищених форм, кліше, книжкової лексики.

Переклад є своєрідною співпрацею перекладача з автором, у якій перекладач здійснює інтерпретацію художнього твору, реконструюючи зміст цільової мови, наближений баченню автора твору, проте той, який не буде цілком тотожним йому. Таким чином, розуміємо, що гендерно-марковану лексику у перекладі треба передавати у найменш сексистський спосіб, а саме спробою відтворити гендерно-нейтральною лексикою. Слід зазначити, що гендерно-нейтральна лексика – це надзвичайно великий масив лексичних одиниць в рамках гендерно-нейтральної (або гендерно-інклюзивної).

Гендерно-нейтральна лексика з'явилася через тенденцію намагання досягнути уникнення маскуліно-центричної мови. Цей пласт лексики допомагає уникнути хибних стереотипів щодо природи та ролі жінок та чоловіків у суспільстві, отже така лексика визнає відмінності між статями, до обох статей ставиться з позиції рівності. Натомість, замість лексики, яка стосується винятково чоловічої статі або значно пізніше винятково жіночої,

почали поширюватися слова-замінники, що стосуються обох статей у інклюзивний спосіб. Якщо автор цілеспрямовано використовує гендерно-специфічну мову, перекладач має поважати цей намір. Саме це зумовлює важливість для мовця або автора цілком і повністю усвідомлювати принципи такої мови. Що стосується усного перекладу, сучасні міжнародні організації повністю віддані ідеї використання гендерно-нейтральної мови та пов'язаним із нею принципам недопущення дискримінації, визнання прав статей та їхньої рівності.

РЕЗЮМЕ

Тема: «Порівняльне дослідження лексики, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах»

Об'єктом дослідження є лексика, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах.

Предмет дослідження – порівняльне дослідження лексики, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах.

Мета роботи – здійснити порівняльне дослідження лексики, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах.

Меті дослідження відповідають такі основні завдання:

- розглянути поняття гендеру та його особливості;
- дослідити гендерне забарвлення як ознака текстів сучасних медіа...;
- визначити історичні передумови дослідження лексики, що має гендерне забарвлення;
- виявити гендерну проблематику в Україні та світі;
- визначити гендерний аспект лінгвостилістичних особливостей лексики у японській та українській мовах;
- дослідити гендерно марковану лексику в українській мові;
- визначити гендерно марковану лексику в японській мові;
- визначити ункціонування лексики ЗМІ, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах;
- дослідити проблеми перекладу лексики, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах;
- запропонувати шляхи та перспективи вирішення проблеми перекладу лексики, що має гендерне забарвлення у японській та українській мовах.

У роботі використано такі методи: описово-аналітичний, порівняльний, кількісного й компонентного аналізу.

У теоретичному плані пропоноване дослідження сприятиме подальшому вивченню й упорядкуванню досліджуваної термінології. Практичне значення роботи полягає в тому, що отримані результати можуть бути використані для підготовки спецкурсів із гендерної лінгвістики й термінознавства, а зібраний фактичний матеріал може стати основою для укладання галузевого термінологічного словника.

Мова завжди була і залишається суспільним явищем, яке чуйно реагує на всі процеси, що визначають сталий рух соціуму. Немає жодних сумнівів у тому, що, починаючи з перших років минулого сторіччя, одним із таких магістральних процесів людства виступає фемінізм. Боротьба жінок за рівність з чоловіками активно відбивається в мові, передусім, в її лексичному складі, але також і на рівні граматики. Головним терміном епохи фемінізму став «гендер», необхідність повноцінного та різнобічного висвітлення якого в перекладацькому вимірі й зумовлює актуальність нашого дослідження. Вирішення цієї проблеми, що виходить за вузькі лінгвістичні межі, також сприятиме поширенню культурологічно зумовлених дослідницьких принципів в межах вітчизняної транслятології. Дослідження спрямовано на аналіз мовного та перекладацького аспекту нагальних гендерних проблем, на систематизацію та розробку рекомендацій, дотримання яких обов'язкове під час перекладу, важливість яких в житті сучасного суспільства не викликає жодних сумнівів.

Проблема статі має велике значення як перекладацький аспект, водночас цьому явищу приділяється недостатня увага у свою чергу, що спричиняє помилки при перекладі текстів різних жанрів. Немає сумнівів, що стаття є потужним фактором перекладу, який проявляється через постать автора, системи персонажів і, що не менш важливо, через особистість перекладача. Статєва ідентичність перекладача виявляється у виборі граматичних форм, лексичних одиниць, емоційного забарвлення мови.

Ключові слова: гендер, гендерна ідентичність, лексика, гендерне забарвлення, стаття.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аналитические жанры газеты: Хрестоматия. — М.: Изд-во МГУ, 1989. — 236 с.
2. Аніщенко І. М. Феномен адресатності в умовах невластне-прямого мовлення персонажів художнього твору / І. М. Аніщенко. — Хмельницький. — 115 с.
3. Арутюнова Н. Д. Фактор адресата // Изв. АН СССР. Сер. Лит. и яз. — 1981. — Т. 40. — №4
4. Бахтин М. М. Проблема тексту у лінгвістиці, філології та інших гуманітарних науках / М. М. Бахтин // Антологія світової літературнокритичної думки ХХ ст. — Львів: Літопис, 1996. — 318 с.
5. Борисенко Н. Д. Гендерний аспект репрезентації персонажного мовлення в англійських драматичних творах кінця ХХ століття: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук: спец. 10.02.04 "Германські мови" / Борисенко Н. Д. — Київ, 2003. — 120 с.
6. Бриггз, Колби Медиа – Журналы. – 2005р. – с. 128 – 146
7. Брухаль Я. Б. Підходи до трактування поняття “публіцистичний дискурс»/ Я. Б. Брухаль// Тези доповідей XIII наукової конференції з міжнародною участю. — Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2014.
8. .Бугулов И.Н., Шевченко О.Ф. Особенности передачи слов-реалий в переводах англоязычной литературы развивающихся стран. — К.: А.С.К., 1985. — 106 с.
9. Вежбицкая А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики / А. Вежбицкая. — М. : Языки славянской культуры, 2001. — 272 с.
10. Венгринюк М.І. Адресат у художньому тексті (на матеріалі української прози ХХ століття // Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд.

- філол. наук: 10.02.01 / Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника / М.І. Венгринюк. – Івано-Франківськ, 2006. – 122 с.
- 11.Вине Ж.-П. Технические способы перевода // Ж.-П. Вине, Ж. Дарбельне – М.: 1978. – 298 с.
- 12.Винокур Г. О. Культура языка. Серия «Лингвистическое наследие XX века» / Г.О. Винокур. – Изд. 3. – М.: Наука, 2006. – 352 с.
- 13.Вихованець І.Р. Нариси з функціонального синтаксису української мови / І.Р. Вихованець. – К.: Наук. думка, 1992. – 224 с.
- 14.Гаврилін А. Вивчення особливостей мовленнєвої поведінки чоловіків і жінок кінця ХХ- початку ХХІ століття / А. Гаврилін.
- 15.Гальчак Т. В. Переклад як процес і результат аналітико-синтетичної діяльності майбутнього перекладача у процесі навчання у виші / Т. В. Гальчак. // Наукові записки. Серія “Філологічна”. – 2010. – №16. – С. 71– 76.
- 16.Гарбузова Г. О. Прийоми емпатизації та нейтралізації в англо-українському художньому перекладі / Г. О. Гарбузова. // Проблеми семантики слова, речення та тексту. – 2013. – №30. – С. 141.
- 17.Глушкова Т. В. Ідіостиль газетного видання: спец. 27.00.04 "Теорія та історія журналістики" / Глушкова Т. В. – Київ, 2008. – 122 с.
- 18.Горностай П. П. Психология личности: Словарь справочник/ П. П. Горностай, Т. М. Титаренко. – К.: Рута, 2001. – 320 с.
19. Гуренко М. М. Зародження та становлення ідеї гарантій прав і свобод людини і громадянина у ліберальній теоретико-правовій думці: [моногр.] / М. М. Гуренко. – К.: Логос, 2000. – 167 с.
- 20.Дайк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация [Текст]: учебник / Т.А Дайк; сб. работ /сост. В. В. Петров; под ред. В. И. Герасимова. – М.: Прогресс, 1989

21. Дейк Т. А., Язык. Познание. Коммуникация / Пер. с англ.: Сб. работ/сост. В. В. Петров под ред. В. И. Герасимова; Вступ. ст. Ю. Н. Караулова и В. В. Петрова. – М.: Прогресс, 1995. – 312 с.
22. Дзюман Н. П. Займенникове вираження адресатних синтаксем в українській мові / Н. П. Дзюман. – С. 160–164.
23. Желтухина М.Р. Функции масс-медиального дискурса // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: Межвузовский сборник научных трудов. – Вып. 5. – Орел, 2007. – С. 191-201
24. Журавель Т. В. Поняття перекладацьких трансформацій та проблема їх класифікації / Т. В. Журавель, Н. І. Хайдарі. // Науковий вісник 95 Відтворення гендерного аспекту лінгвостилістичних особливостей жанру «Лист редактора» в англomовному публіцистичному дискурсі українською мовою Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія.. – 2015. – №19. – С. 148–150.
25. Заботкина В.И. Изменения в концептуальной картине мира в аспекте когнитивно-прагматического подхода к языковым явлениям / В. И. Заботкина // Категоризация мира: пространство и время. Материалы научной конференции. – М.: Правда, 1997.
26. Засекін С. В. Психолінгвістичні аспекти перекладу: навчальний посібник / С. В. Засекін. – Луцьк: ВІЕМ, 2006. – 144 с.
27. Звегинцев В. А. История языкознания XIX-XX вв. в очерках и извлечениях. 3-е изд. Ч. 1. М.: Просвещение, 1964; Ч. 2. М.: Просвещение, 1965.
28. Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.Н. Особенности мужской и женской речи // Русский язык в его функционировании; под ред. Е.А. Земской и Д.Н. Шмелева. М., 1993.
29. Земская, Е.А. Особенности мужской и женской речи / Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. // Русский язык в его

- функционировании : коммуникативно-прагматический аспект. – М.: Наука, 1993. – С. 90-136.
30. Зимняя И.А. Психологические аспекты обучения говорению на иностранном языке. – М.: Просвещение, 1985. – 160 с.
31. Ишмуратов А. Т. Логико-когнитивный анализ онтологии дискурса [Текст]: учебник / А.Т. Ишмуратов. – К.: Наук. Думка, 1994. – 252 с.
32. Іщенко Н. Г., Криворотенко М.С. Наукова редакційна стаття – мовленнєвий жанр в контексті наукового стилю / Іщенко Н. Г., Криворотенко М.С. // Вісник Національного технічного університету України «КПІ». – 2014. – с. 27-30
33. Казакова Т.А. Практические основы перевода. Eng./Russ./ Казакова Т.А. – Серия: Изучаем иностранные языки. – СПб.: «Издательство Союз», 2001. – 320.
34. Відтворення гендерного аспекту лінгвостилістичних особливостей жанру «Лист редактора» в англomовному публіцистичному дискурсі українською мовою
35. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні труднощі/В'ячеслав Іванович Карабан – Вінниця: Нова книга, 2001. – 303 с.
36. Скорик М. М. Основи теорії гендеру: підр. / М. М. Скорик. – К.: К. І. С., 2004. – 536 с.
37. Смоляна Т. А. Комунікативні стратегії й тактики, реалізовані максимами Й. В. Гете в публіцистичному дискурсі/ Т. А. Смоляна // Одеський лінгвістичний вісник. – 2015. – №6
38. Солощук Л.В., Коваленко А.И. Особенности взаимодействия вербального и невербального поведения мужчин и женщин и их описание в тексте художественного произведения // Мовні і

- концептуальні картини світу. – К.: Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2001. – № 5. – С. 214-217.
- 39.Тарнавська М. Жіноча преса в Америці // Сучасність. – 1974. – № 7 – 8 (163-164). – С. 133 – 138.
- 40.Терехова Г. В. Теория и практика перевода: Учебное пособие / Г. В. Терехова. – Оренбург : ГОУ ОГУ, 2004. – 103 с.
- 41.Ткачик О. В. Гендерні стереотипи в англomовному фольклорі: дис. канд. філ. наук : 10.02.04 / Ткачик О. В. – Київ, 2008. – 204 с.
- 42.Трошина Н.Н. Лингвопрагматический аспект текстов массовой коммуникации /Н.Н. Трошина // Роль языка в СМИ: Сборник обзоров. – М.: ИНИОН, 1986. – С. 155–73.
- 43.Українська мова: Енциклопедія / Редкол.: В.М. Русанівський, О. О. Тараненко, М.П. Зяблюк та ін. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М.П. Бажана, 2004. – 824 с.
- 44.Федоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): Для институтов и факультетов иностр. языков. Учеб. пособие.
- 45.Хамитов Н.В. Философия и психология пола. – К.: Ника-Центр, 2001. – 222 с.
- 46.Худолій А.О. Динаміка функціональних змін у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХ століття: дис. канд. філол. наук / А. О. Худолій. – К., 2003. – 275 с.
- 47.Черепанова Л. Л. Дискурс региональных СМИ: психологический аспект: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка»/ Л. Л. Черепанова. – Пермь, 2007. – 120с.
- 48.Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия/ В. Е. Чернявская. – М.: Флинта; Наука, 2014. –

- 136с. 104. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации [Текст]: учебник / Ф. И. Шарков . – 2002
49. Швейцер А.Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты. — М.: Наука, 1988. — 215с. 106. Шинкарук В. Д. Дискурсивні висловлювання в сучасній українській мові// Мовознавство. – 1996. – №6
50. Dunbar R. I. M., Anna Marriott, and N. D. C. Duncan. Human Conversational Behavior. Human Nature. Vol 8. New York, 1997.
51. Hidashi Judit. 日本語教育とジェンダー——教師の立場から パネリスト 佐々木瑞枝・宇佐 美まゆみ・水本光美 ディスカサント 門倉正美. 日本語教育国際研究大会 学会誌（日本語と ジェンダー） 7号 2006. Print.
52. Katsuo Tamaoka, Hyunjung Lim, Yayoi Miyaoka and Sachiko Kiyama. Effects on gender-identity and gender-congruence on levels of politeness among young Japanese and Koreans // Journal of Asian Pacific Communication 20:1. John Benjamins Publishing Company, 2010.
53. Shigeko Okamoto. ‘Tasteless’ Japanese: Less Feminine Speech Among Young Japanese Women // Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self / Ed. Kira Hall and Mary Bucholtz. New York, 1995.
54. Takehiko Kobayashi. Kyoko Okutani Helps Women Start Businesses, Skirting Japan’s Gender Gap // The Christian Science Monitor. N.p., 2013.
55. Victor David A. Japan, Doing Business // Reference for Business. N.p., 2015. – <http://www.referenceforbusiness.com/encyclopedia/Int-Jun/Japan-Doing-Business-in.html>
56. 田林 葉. ジェンダー、地域、年齢などによる差異と 「正しい」 日本語の規範. 政策科学 (2003).

57. 延与 由美子. '若い世代の尊敬語・謙譲語使用意識とジェンダーに関する一考察'. 北海道 大学留学生センター紀要 = Journal of International Student Center, Hokkaido University. Vol. 16. 2012.