

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій
Кафедра германської філології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня «магістр»

Спеціальність 035 «Філологія»
Спеціалізація 035.041 «Германські мови та літератури (переклад
включно), перша – англійська»

Образ сильної жінки на матеріалі книги М. Обама
«Становлення»: типологічний аспект

Допущено до захисту «__» _____ 2020 р.

Зав. каф. германської філології _____ канд. філол. наук, проф. Кобякова І. К.

Виконала:

студ. групи ПР.м-92

Сосновська Анастасія Андріївна

Науковий керівник:

ст. викл., канд. філол. наук

Куліш Владислава Сергіївна

Суми 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ ГЕНДЕРУ ТА СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ГЕНДЕРНО-ОБУМОВЛЕНОЇ ПОВЕДІНКИ 7	
1.1. Поняття гендеру, стереотипу та гендерного стереотипу	7
1.2. Соціально-психологічні особливості прояву гендерно-обумовленої поведінки	16
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ОБРАЗУ СИЛЬНОЇ ЖІНКИ В КНИЗІ М. ОБАМИ «СТАНОВЛЕННЯ»	22
2.1. Лексико-семантичні та стилістичні особливості створення образу сильної жінки	22
2.2. Семантичні характеристики чуттєво-емоційної та інтелектуально-вольової складових образу сильної жінки	34
РОЗДІЛ 3. СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ НОМІНАЦІЙ НА ПОЗНАЧЕННЯ ОБРАЗУ СИЛЬНОЇ ЖІНКИ ТА МЕТОДИКА ЗАСТОСУВАННЯ ЇХ НА ЗАНЯТТЯХ З ПЕРЕКЛАДУ	41
3.1 Особливості застосування перекладацьких трансформацій для перекладу номінацій образу сильної жінки	41
3.2 Методика викладання перекладу з використанням номінацій на позначення образу сильної жінки	49
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61
Summary	66

ВСТУП

На сьогоднішній день гендерні дослідження в області мови і комунікації привертають увагу все більшого кола дослідників, формується самостійна наукова дисципліна – лінгвістична гендерологія або гендерна лінгвістика. Вивчення того, як фактор гендеру впливає на вибір мовних засобів у різних мовах, є новою сферою досліджень у лінгвістиці.

Загальний для багатьох лінгвістичних напрямків антропологічний принцип «людина в мові» цілком узгоджується з урахуванням гендерного фактора. Поняття «мужність» і «жіночність» при всій їх загальнолюдській універсальності мають певну національно-культурну специфіку. Вивчення різних культур показало хибність пояснення поведінки чоловіків і жінок тільки біологічною статтю. У той же час у всіх культурах дотримуються ідеї про відмінності між статями, і як тільки ту чи іншу рису поведінки починають асоціювати з певним статтю, від неї намагаються позбутися представники протилежної статі. Саме цей факт ліг в основу концепції гендеру, тобто культурно і соціально обумовлених і відтворюваних суспільством відмінностей у поведінці представників двох статей. Визначення та опис цієї специфіки – одна з актуальних задач гендерної лінгвістики.

Сьогодні мова йде не стільки про те, як стать впливає на комунікативну поведінку і використання мови, а й про те, якими засобами володіє мова для конструювання гендерної ідентичності і з якою інтенсивністю відбувається це конструювання.

Дослідження гендерних відмінностей у англомовних текстах дозволяють розглянути реалізацію гендеру з нової точки зору: не тільки як параметр, що відображає гендерну ідентичність автора, а й як параметр, який є структуроутворюючим елементом художнього твору і його перекладу українською мовою.

В українській лінгвістиці та перекладознавстві гендерний аспект перекладу є маловивченим феноменом. Неуважне ставлення до гендерних

характеристик може привести до прагматичних помилок, які вважаються найбільш значимими при перекладі художньої літератури. Отже, для більш якісного перекладу особливо важливим є докладне вивчення особливостей відображення гендерного компонента у мові художніх творів як у тексті оригіналу, так і в тексті перекладу та способів їх передачі, оскільки гендерні особливості твору можуть становити важливий елемент художньої структури тексту.

Відтак, **об'єктом** дослідження є особливості відображення гендерних особливостей образу сильної жінки на матеріалі книги М. Обами «Становлення».

Предмет дослідження – прийоми перекладу гендерних особливостей образу сильної жінки на матеріалі книги М. Обами «Становлення».

Метою дослідження є виявлення гендерних особливостей образу сильної жінки на матеріалі книги М. Обами «Становлення» та прийомів їх перекладу українською мовою.

Постановка такої мети дослідження передбачає вирішення наступних **завдань**:

- 1) визначити поняття гендеру, стереотипу та гендерного стереотипу;
- 2) охарактеризувати соціально-психологічні особливості прояву гендерно-обумовленої поведінки;
- 3) виявити лексико-семантичні особливості створення образу сильної жінки;
- 4) проаналізувати семантичні характеристики чуттєво-емоційної та інтелектуально-вольової складових образу сильної жінки;
- 5) визначити особливості застосування перекладацьких трансформацій для перекладу номінацій образу сильної жінки;
- 6) розробити методіку викладання перекладу з використанням номінацій на позначення образу сильної жінки.

У ході дослідження використовувалися такі методи: метод суцільної вибірки мовного матеріалу, описово-аналітичний метод, який застосовується

при детальному і системному вивченні теоретичних робіт вітчизняних і зарубіжних дослідників, порівняльний аналіз текстів вихідної мови і текстів перекладів, метод семантичного аналізу гендерно-маркованих одиниць, метод компонентного аналізу, метод кількісного аналізу.

Матеріалом дослідження виступає текст автобіографії Мішель Обама «Becoming» / «Становлення» та його переклад українською мовою.

Наукова новизна роботи полягає у розробці особливостей мовної репрезентації гендеру при перекладі тексту автобіографії, де гендерний аспект є домінантою перекладу, а також у спробі теоретичного узагальнення впливу гендерного фактору на адекватність перекладу; у виявленні типів прояву гендерного аспекту в художньому творі, у розкритті механізмів передачі гендерно-маркованих одиниць при перекладі українською мовою.

Теоретична значимість проведеного дослідження полягає у тому, що воно робить внесок в розробку проблеми гендерного аспекту перекладу як одного з актуальних напрямків гендерної лінгвістики і сприяє подальшому поглибленому вивченню даної проблематики в теорії перекладу. У роботі отримали розвиток основні положення дослідження взаємозв'язку гендерного фактора і адекватності перекладу. Результати роботи розширюють розуміння мовної репрезентації гендеру і можуть бути використані в теорії мови, гендерної лінгвістики, теорії перекладу.

Практична значимість роботи впливає із можливості використання результатів дослідження в курсах з теорії перекладу, гендерної лінгвістики, зіставного мовознавства, інтерпретації тексту, а також при проведенні практичних занять і складанні навчальних посібників з художнього перекладу. Результати дослідження можуть мати прагматичну значущість для перекладачів художньої літератури. Виявлені особливості відображення гендерного фактора в мові та ролі гендерного компонента при перекладі можуть сприяти підвищенню якості перекладу і глибшого розуміння особливостей гендерної специфіки мови.

Апробація. Результати дослідження були апробовані на IV Міжнародній науково практичній конференції «PRIORITY DIRECTIONS OF SCIENCE AND TECHNOLOGY DEVELOPMENT»(20-22 грудня 2020р. Київ).

Структура дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел літератури.

У першому розділі дослідження визначені основні поняття дослідження, а саме – поняття «гендер», «соціальний стереотип», «гендерний стереотип» та ін. У розділі також охарактеризовані соціально-психологічні особливості прояву гендерно-обумовленої поведінки.

У другому розділі дослідження здійснений практичний аналіз мовних засобів вираження гендерних особливостей образу сильної жінки у автобіографії М. Обами «Становлення». У розділі виявлені лексико-семантичні особливості створення образу сильної жінки, а також семантичні характеристики чуттєво-емоційної та інтелектуально-вольової складових образу сильної жінки.

Третій розділ дослідження присвячений особливостям перекладу мовних гендерних маркерів, а також методиці використання результатів дослідження у процесі навчання перекладу. У розділі визначено особливості застосування перекладацьких трансформацій для перекладу номінацій образу сильної жінки, а також розроблена методика викладання перекладу з використанням номінацій на позначення образу сильної жінки.

РОЗДІЛ 1. ПОНЯТТЯ ГЕНДЕРУ ТА СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ГЕНДЕРНО-ОБУМОВЛЕНОЇ ПОВЕДІНКИ

1.1. Поняття гендеру, стереотипу та гендерного стереотипу

Хоча лінгвістична традиція, що враховує фактори статі, бере свій початок ще із античного світу, коли почалося осмислення категорій природної статі (*sexus*) та граматичного роду (*gender*), все ж перші серйозні наукові лінгвістичні праці у гендерному напрямку з'явилися не так давно. Саме ж поняття «гендер» як самостійна категорія виникло у мовознавстві лише у 80-х роках ХХ ст., потрапивши до цієї області із інших суспільних наук, таких як історія, соціологія та психологія [43, с. 25].

Досить часто поняття «гендер» вживають як синонім до слова «стать», хоча більшість вчених розрізняють їх. Загалом, до наукового обігу поняття «гендер» було введене для того, щоб провести межу між поняттями біологічної статі (*sexus*) та соціальних і культурних імплікацій, які містить у собі концепт чоловіче – жіноче: розподіл ролей, культурні традиції, відношення влади у зв'язку із статтю людини тощо [17, с. 24]. Отже, якщо стать характеризує генетичну приналежність індивіда до однієї із двох категорій, то гендер означає стать продукт виховання та впливу культуру, тобто свого роду «соціальна стать» людини.

Дефініція гендеру тісно пов'язана з такими категоріями, як фемінність / маскулінність. Під маскулінністю (від лат. *masculus* – «чоловічий») розуміється набір соматичних, психічних і поведінкових особливостей (вторинних статевих ознак), які ідентифікують особу в якості суб'єкта чоловічої статі. Натомість, фемінність (від лат. *femina* – «жінка») являє собою той же самий набір характеристик і особливостей, властивих і характерних для жінки [18, с. 410].

Специфічність поняття гендеру пов'язана з рухливістю понять «чоловіче» та «жіноче»: вони мають суттєві відмінності в культурах,

еволюціонують разом із соціумом. Таким чином, гендер може розумітися як соціокультурна конструкція фемінності (жіночності) і маскулінності (мужності). Дані категорії універсальні, оскільки спираються на розуміння статі як вродженої відмінності між чоловіками і жінками [21, с. 115].

Етимологічно гендер (від англ. *gender*, від лат. *genus* – «рід») – це теж саме, що і стать. Однак, у сучасних соціальних науках поняття «гендер» позначає соціально сконструйовані характеристики відмінностей у поведінці, менталітеті та емоційних реакціях між чоловіками і жінками. Названий термін відображає не індивідуальну ідентифікацію і особистісні характеристики, а соціокультурні стереотипи маскулінності й фемінності, статевий розподіл праці в соціальних інститутах і організаціях тощо.

Загалом, поняття гендеру вперше використано ще у XIV ст. у розумінні граматичної дефініції (мається на увазі рід іменника – чоловічий, жіночий, середній). У розумінні різниці між чоловіком та жінкою цей термін також використовується у цьому ж столітті, проте у загальний вжиток він увійшов лише з середини XX ст. Першим його застосував у науковій діяльності американський психоаналітик Р. Столлер наприкінці 60-х років XX ст. з метою позначення соціально-культурних аспектів статі [44, с. 12].

На сьогодні поняття гендеру вже давно вийшло за межі граматики. Сьогодні це явище широко розглядається як соціокультурний, дискурсивний та психолінгвістичний феномен. Гендер – це великий комплекс соціальних та психологічних процесів а також культурних установок, породжених суспільством, які впливають на поведінку національної мовної особистості. Як мова, так і мовлення можуть бути проаналізовані з точки зору відображення у них гендерних відносин. Мова розглядає стать під кутом суспільної значимості цієї категорії, що і робить правомірним застосування поняття «гендер» до всіх явищ мови, що стосуються проблеми статі [17, с. 23].

Дослідимо визначення поняття гендеру у роботах різних вчених за допомогою представленої збірної класифікації (рис. 1.1).

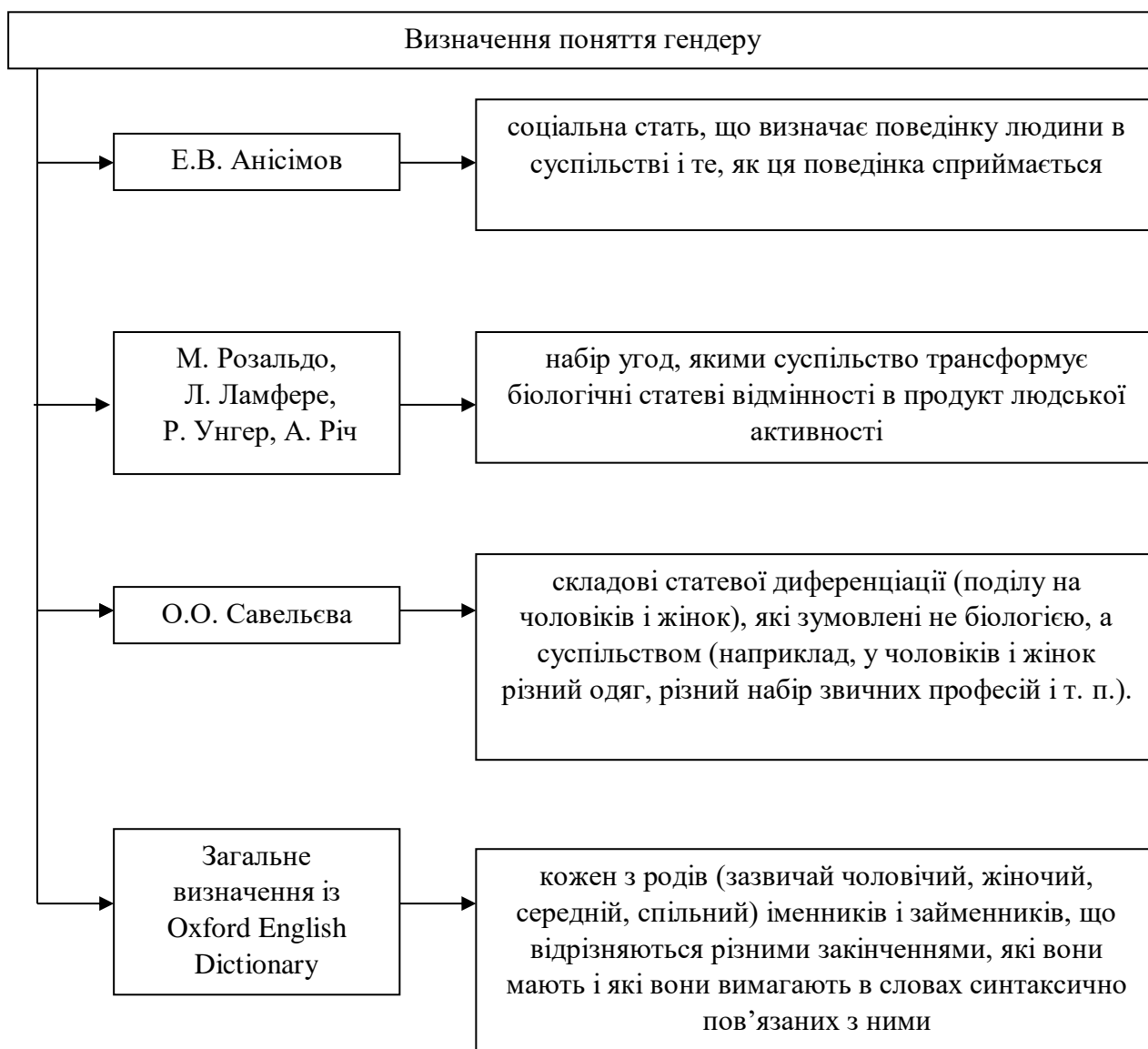


Рис. 1.1 Класифікація визначень поняття гендеру, представлена у роботах вчених та довідкових матеріалах

З вищенаведеної інформації можна зробити висновок, що поняття гендеру застосовується для позначення соціально-культурних, а також психологічних аспектів жіночого на протигагу чоловічому. Отже, великого значення набуває те, з якої точки зору розглядається дане поняття. З метою наочного представлення інформації наведемо також наступну схему (рис. 1.2.):

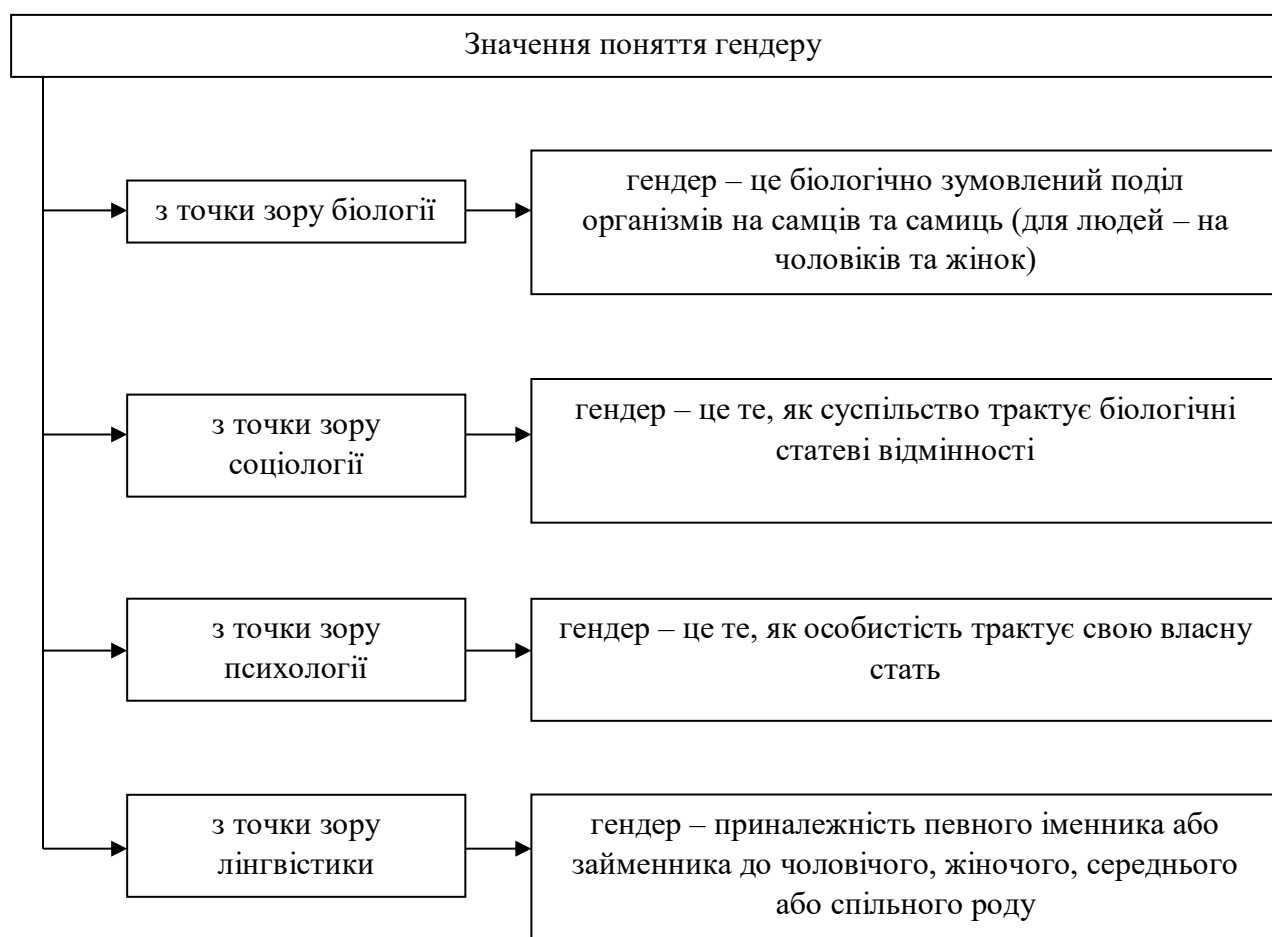


Рис. 1.2. Значення поняття гендеру в залежності від точки зору певної науки

Слід зауважити, що соціальний підхід до розуміння гендеру та гендерних ролей надзвичайно стереотипізований. Відповідно, слід звернутися також до визначення понять «стереотип» та «гендерний стереотип». Для того щоб повною мірою розкрити поняття гендерного стереотипу, необхідно звернутися до соціальних стереотипів, які, в свою чергу, беруть початок із соціальних норм. Соціальні норми – це основні правила, які визначають поведінку людини у суспільстві [9, с. 290].

Кожен день людина спілкується з великою кількістю оточуючих її людей, і для успішного спілкування в соціумі в учасників комунікації має збігатися бачення навколишнього світу. Цілком природно, що виховання, освіта, характер, біографія накладають певний відбиток на життєві уявлення людини, але не є основними причинами певної соціальної поведінки людини. У процесі ділового та побутового (а часом й інтимно-особистісного)

спілкування ми розглядаємо іншу людину не в усьому багатстві її характеристик, а як певний «тип», тобто в характеристиках, важливих для даного акту взаємодії. Отже, багато об'єктів входять у нашу свідомість не як поєднання індивідуальних якостей, а як вже вироблені суспільством до нас нормативні значення, «типи». На це звернув увагу ще великий філософ І. Кант, ввівши при дослідженні людської свідомості поняття «схематизму». Але більшою мірою прижився інший термін – «стереотип свідомості» [48; 50].

Під стереотипом, за О. О. Селівановою, розуміємо детерміновану культурою або субкультурою та соціумом упорядковану й фіксовану структуру свідомості, фрагмент картини світу, що уособлює результат пізнання дійсності певним угрупованням і є схематизованою стандартною ознакою, матрицею предмета, події, явища [26, с. 689].

Стереотип – стандартизований, схематизований, спрощений, зазвичай яскраво емоційно забарвлений образ будь-якого соціально-політичного об'єкта (явища, процесу), який має значну стійкість, але фіксує у собі лише деякі, іноді несуттєві його риси. Іноді визначається як неточне, ірраціональне, надмірно загальне уявлення. У широкому сенсі – це традиційний канон думки, сприйняття і поведінки, шаблонна манера поведінки. Людина сприймає будь-який об'єкт, орієнтуючись на вже наявну у нього в голові «картинку» цього об'єкта – стереотип. Якщо приблизно одні й ті ж «картинки» властиві всьому соціуму, то говорять про соціальні стереотипи.

Поняття «соціальний стереотип» ввів у науковий обіг американський журналіст, соціолог, дипломат У. Ліппман у своїй книзі «Громадська думка». Саме він звернув увагу на те, що сама людина не може охопити навколишній світ безпосередньо і у всій повноті, адже світ надто великий, складний і мінливий для цього. Але оскільки людині доводиться діяти в цьому світі, вона спочатку реконструює у своїй голові дійсність у вигляді спрощеної моделі, що складається зі стереотипів.

Соціальний стереотип – це схематичний, стандартизований образ або представлення про соціальне явище чи об'єкт, звичайно емоційно забарвлений

та наділений неабиякою стійкістю [4, с. 122]. У ньому звичайно репрезентується оцінне ставлення комуніканта до певного предмета чи явища, яке виникає на основі різних соціальних фактів та власного досвіду; це ті загальні цінності, відкриття, які існували й продовжують існувати в мові, об'єднуючи суспільство.

Соціальні психологи сходяться на думці, що гендерні відмінності обумовлені не біологічними факторами, такими як хромосоми, гени і гормони, а нормами соціальної поведінки, які прописують нам певні поведінкові норми і стереотипи, судження та інтереси згідно біологічної статі. Набори норм, що містять узагальнену інформацію про якості, властиві кожній статі, називаються статевими або гендерними ролями. Перераховані соціальні норми частково доносяться до нашої свідомості за допомогою таких інструментів як телебачення, популярна література, ЗМІ тощо.

Стереотипи гендерно-рольової поведінки часто виступають у якості норм соціальної поведінки. Нормативний та інформаційний тиск змушує нас йти на поводу у гендерних норм. Нормативний тиск працює таким чином, що для того, щоб отримати схвалення суспільства і уникнути осуду, ми всіляко намагаємося приймати й відповідати ролям відповідного гендеру [13, с. 110].

Про інформаційний тиск можна говорити, коли ми починаємо вважати гендерні норми правильними, тому що перебуваємо під впливом соціальної інформації. У нашій культурі є певне розмежування обов'язків чоловіків і жінок, причому гендерні відмінності часто прирівнюються до біологічних, природних відмінностей, завдяки чому ми їх і приймаємо.

Гендерні стереотипи функціонують у суспільстві, завдяки накопиченому досвіду попередніх поколінь і стійким уявленням щодо поведінки чоловіків і жінок, їх психологічних особливостей, характерів і моральних якостей.

Можна виділити наступні головні функції, які виконують гендерні стереотипи (представлені на рис. 1.3).

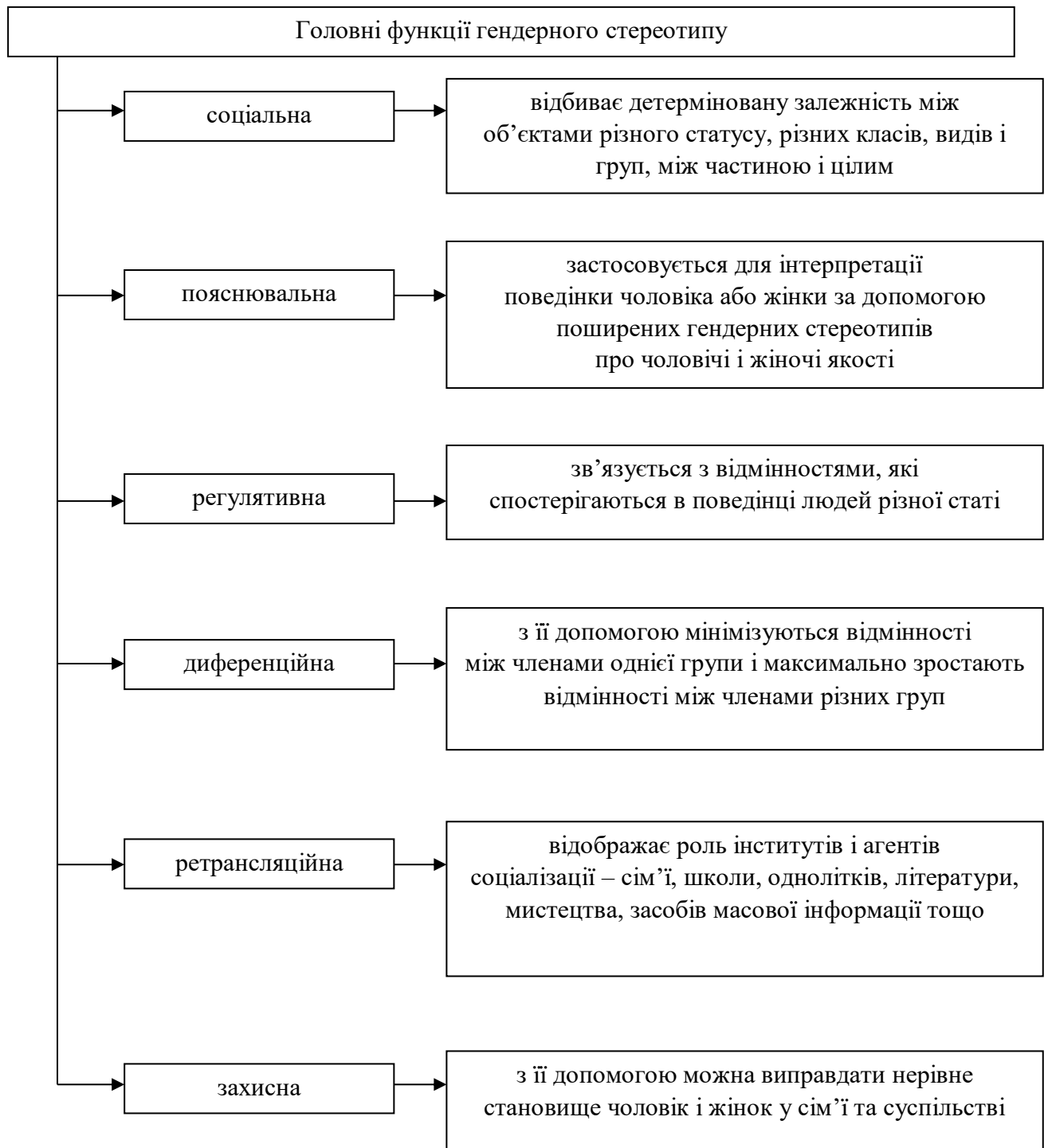
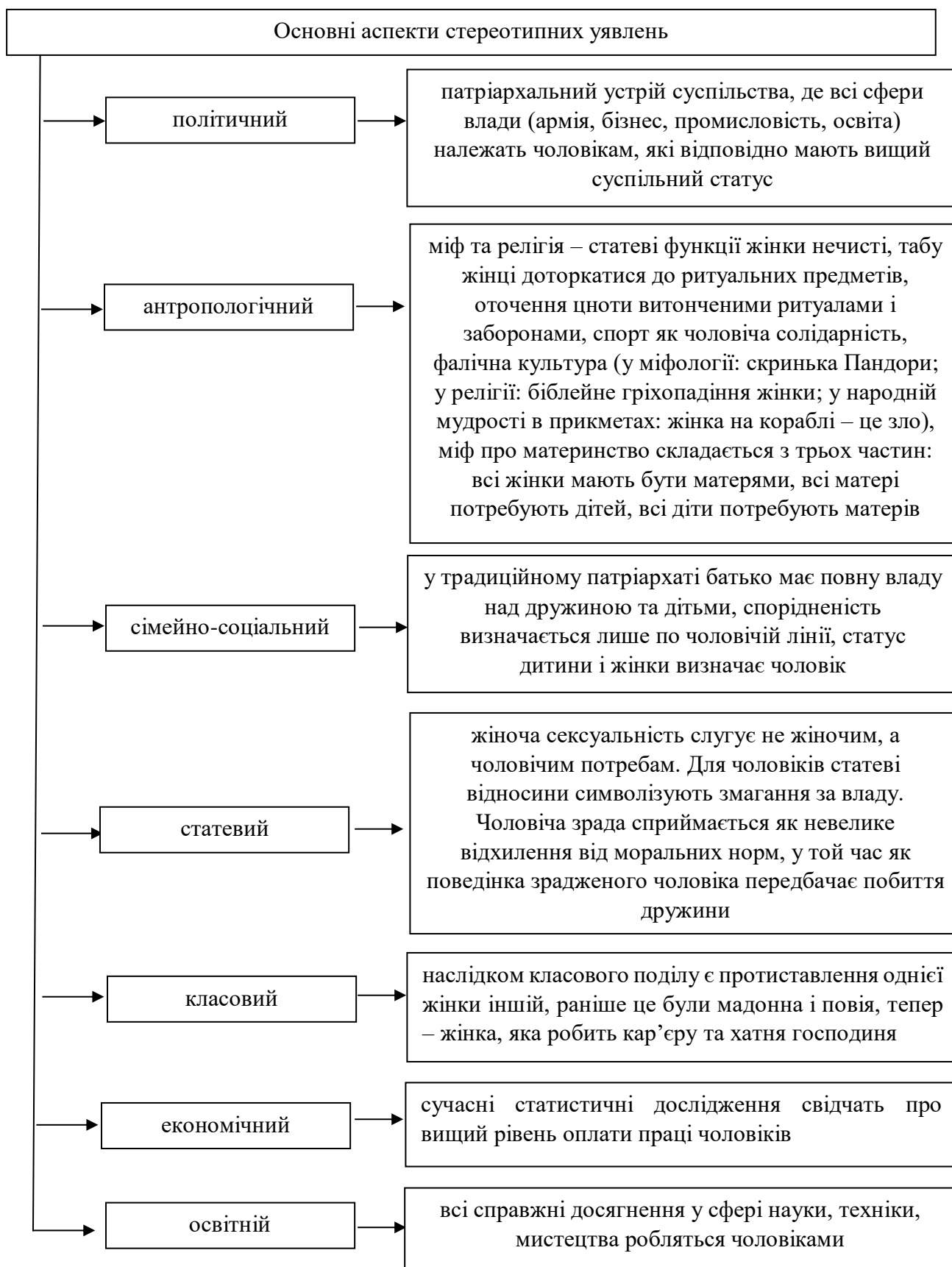


Рис. 1.3 Класифікація головних функцій гендерного стереотипу

Беручи до уваги аналіз відомих дослідників феміністично-соціологічного напрямлення (С. де Бовуар, Дж. Батлер, С. Оксамитна та ін.) можна виділити наступні гендерні стереотипні уявлення (рис. 1.4).



Потрібно відмітити, що гендерні стереотипи мають як негативну, так і позитивну дію. У якості останньої можна привести підтримку,

взаєморозуміння і співробітництво як між окремими особистостями, так і у групі людей. Для реалізації позитивної функції стереотипи мають бути одночасно ригідними та гнучкими. Таким чином, з одного боку, забезпечується стійкість уявлень, а з іншого, – суспільство продовжує розвиватися [1, с. 430].

У якості своєї негативної дії стереотипи можуть виступати певним бар'єром на шляху розвитку індивідуальності, адже дотримання гендерних стереотипів певним чином «включає» механізми повинності, почуття обов'язку. Тобто, можуть ігноруватися особистісні інтереси, втратитись почуття власного «Я». Цілком зрозуміло, що на фоні втрати таким чином самосвідомості і самосприйняття нівелюються ідеї вільного вибору особистості або її самореалізації.

Досить цікавим є той факт, що дотримання гендерних стереотипів може відбуватись на несвідомому рівні. Таким чином гендерні уявлення окремого індивіда перетворюються на «особистісні пророцтва», які він сам втілює у реальність. Особистісне пророцтво – глибинне, несвідоме переконання певного індивіда стосовно конкретних подій або об'єктів, яке реалізується завдяки певній моделі поведінки. Маючи неусвідомлювані установки стосовно самого себе, індивід зовні виявляє незалежність від гендерного стереотипу, але вносить його у своє життя, реалізує стереотипне уявлення [6, с. 157].

Введемо ще одне поняття, важливе у контексті цього дослідження – «гендерні ролі». Це один з видів соціальних ролей, набір очікуваних зразків поведінки (або норм) для чоловіків і жінок. На сьогоднішній день чоловіки і жінки виконують ряд різноманітних ролей, наприклад, жінка виконує ролі дружини, матері, студентки, доньки і т. д., а чоловік – ролі батька, сина, друга, працівника і т. д. Очевидно, що індивідуальні властивості, стереотипи масової свідомості і соціальні норми, як і наші уявлення про реальне, бажане і належне, ніколи не співпадають.

Загалом же, гендерні стереотипи підкреслюють місце та роль обох статей у суспільстві, розкриваючи їхню функцію та поставлені перед ними важливі соціальні завдання. Ключовим складником гендерних стереотипів є їхні описові ознаки, яким притаманна інтелектуальна та емоційно виражена оцінка. Вони виступають засобом відображення певного типу стосунків протилежних статей, а в разі зміни стереотипу одночасно змінюється і гендерна перспектива в контексті.

1.2. Соціально-психологічні особливості прояву гендерно-обумовленої поведінки

Досліджуючи образ сильної жінки в сучасній англomовній автобіографічній літературі, слід звернути увагу на гендерні стереотипні уявлення та типові гендерні ролі. Це дозволить оцінити рівень збігу / відмінностей такого образу та стереотипних уявлень про образ жінки, який панує у суспільстві.

Гендерні стереотипи відображають загальноприйняті погляди на поведінку, очікувану від чоловіка або жінки. Як приклад тут можна навести наступні стереотипні твердження:

- справжні чоловіки мають відстоювати свої інтереси, не звертати увагу на емоційні переживання, захищати свою незалежність і бути лідерами;
- справжні жінки мають вести себе мудро і м'яко, мають бути емоційними і терплячими, не зазіхати на керівну модель поведінки чоловіка [4].

Таким чином, гендерні стереотипи – віддзеркалення загальноприйнятих поглядів на те, як має вести себе жінка, а як чоловік; які речі вважати жіночими, а які чоловічими; які види діяльності або професії більш доречні для чоловіків, а які для жінок.

Наприклад, доволі популярним гендерним стереотипом навіть у наш час є те, що «політика – поле діяльності чоловіків», «жінка не створена для політичної діяльності» тощо. Через ці уявлення на керівних політичних посадах, та і взагалі у владних структурах така низька, у порівнянні з чоловіками, кількість жінок. І це при тому, що жінки становлять більше половини населення у нашій країні та більшості інших країн світу.

Натомість, суспільство продовжує насаджувати упередження про те, що лише реалізувавши себе як матір, жінка може відчутти справжнє щастя. Гендерні стереотипи повністю дублюють цю точку зору, виокремлюючи наступні ролі для жінки – справжня мати, «берегиня» домашнього вогнища, жінка, яка приваблює чоловіків. Виходячи з цього, питання гендерної дискримінації жінки, на жаль, актуальне і донині, адже жінки обмежені у можливостях, зазвичай мають вдовольнитися нижчим, у порівнянні з чоловіками, соціальним статусом і, відповідно, меншими доходами [18, с. 410].

Отже, можна побачити, що гендерні стереотипи можуть призвести до гендерної дискримінації – порушення прав людини за статевою ознакою. Рівність у правах і можливостях представників обох статей, закріплена на конституційному рівні, не відображає реальний стан речей. Перш за все, необхідно подолати гендерні стереотипи, закріплені у суспільній свідомості.

Гендерні особливості, сформовані на різних соціально обумовлених рівнях, породжують комунікативну поведінку індивідууму. Під комунікативною поведінкою розуміємо сукупність норм і традицій спілкування народу, вікової, професійної та ін. групи [29, с. 106]. Розкриття гендерних ознак під час мовної комунікації відбувається завдяки опису комунікативної поведінки за такими ознаками як комунікативна привітність, емоційність, міміка, гнучкість, темп спілкування тощо.

Гендерний аспект комунікації передбачає розгляд шляхів вербалізації у мові тих ролей, норм, цінностей, які відводяться суспільством жінкам та чоловікам [3, с. 18]. Відмінності жіночого та чоловічого світогляду значною

мірою впливають на комунікацію, яку неможливо розглядати окремо від мови, адже саме через неї, а також через інші супутні знакові системи виражається світогляд, та, відповідно, і гендерні особливості. Основні відмінності між чоловічим та жіночим мовленням можна розглядати відповідно до наступних шкал оцінки мовлення: експресивність / емоційність / раціональність, логічність / конкретність / абстрактність, солідарність / домінування / некатегоричність / категоричність. Перші характеристики належать до стереотипів жіночого мовлення, другі – до чоловічого. Однак, подібні відмінності не можна вважати обов'язковими характеристиками мовлення усіх жінок або всіх чоловіків, вони лише відображають основні напрямки в оцінці чоловічого та жіночого мовлення, часто – з точки зору стереотипованого сприйняття гендерних особливостей [3, с. 18]. Значну роль у конкретних реалізаціях чоловічого та жіночого мовлення буде відігравати соціальний контекст, а також психологічні та фізіологічні особливості комунікантів.

Загальноприйнятою є думка, що гендерна відмінність чоловічого та жіночого мовлення полягає у більш високій, порівняно із чоловічою, емоційності та експресивності жіночого мовлення. Стереотипною є думка про те, що жіноче мовлення характеризується більш високим рівнем концентрації емоційно-оцінних слів та конструкцій. Вважається також, що у чоловічому мовленні частіше присутня стилістично нейтральна лексика, однак чоловіки менш стримані у вираженні негативної оцінки. Нерідко для цих цілей використовується стилістично знижена, лайлива лексика [14, с. 25].

Відповідно до досліджень чоловічого мовлення можна стверджувати, що чоловіки більше говорять, а їхні висловлення довші, ніж жіночі. Вони часто оцінюють один одного та все навколо. Жінки ж, навпаки, виражають оцінні судження, аби задовольнити власні інтереси, обговорити проблеми та зрозуміти інших людей. Протилежної думки дотримується О. М. Токарева, яка стверджує, що жіночому мовленню притаманний ряд стереотипів про те, що жінки балакучі, їм подобається ставити питання, часто перепитувати, вони не

закінчують свою думку, менше перебивають, ніж чоловіки, є більш ввічливими та не так часто погано висловлюються [29, с. 88].

В цілому ж, гендерно маркована комунікація – винятковий фрагмент культурологічного значення, у якому представлена вся мовна картина нації, її традиції, ставлення суспільства до всіх верств населення. Оскільки в комунікації відображені світогляд та світосприйняття комунікантів, то це дозволяє їй займати особливе місце у формуванні людського буття. Соціальні стереотипи представлені у різних ситуаціях мовлення і тісно пов'язані з гендерними особливостями.

Збіг або змішування різних соціальних і комунікативних гендерних ролей вважають загрозою віковим суспільним установкам, чинниками руйнування жорсткої ієрархічної моделі або відхиленням від норми [28, с. 68].

Особливо актуальне це твердження зараз, коли сучасний міжкультурний простір керується світовими глобалізаційними процесами. У цей період важливо встановити місце гендерного концепту в цілісній картині світу, а також з'ясувати специфіку віддзеркалення у мові стереотипів, пов'язаних зі статтю [25, с. 64].

У цьому дослідженні ми звертаємося до питання висвітлення у англomовному дискурсі образу політикині. Оскільки політика традиційно вважається «чоловічою» сферою діяльності, політикиня як жіночий типаж (так само, як і бізнес-вумен та інші нестереотипні жіночі образи) виходять за рамки гендерних стереотипів.

Зокрема, для розуміння сутності у відмінностях образу сильної жінки (на прикладі політикині) та традиційного стереотипованого жіночого образу, слід навести приклади загальноприйнятих та популярних у суспільстві «шаблонних» жіночих образів.

Так, у якості зразків фемінності, сучасній жінці часто пропонують моделі працюючої мами (який особливо пропагувався у радянські часи), домогосподарки або образ «Барбі». Саме такі образи, на думку О. Кісь, і пропонуються сучасній українській жінці для конструювання власної

гендерної ідентичності [16]. Поряд з цим, у сучасному суспільстві існують й інші гендерні стереотипи. Серед них яскравим є й образ ділової жінки, який включає у себе образ політикині у тому числі.

Характерним в аспекті визначення культурного коду в системі жіночих чи чоловічих образів та поведінкових моделей є відмінність у сприйнятті та наповненні таких образів у різних культурах. Зокрема, українське суспільство, яке є більш традиційним та схильним до патріархальної моделі цінностей, все ще продовжує неоднозначно оцінювати образ ділової жінки. При змалюванні політикині, керівниці носії української мови та культури часто продовжують відтворювати усталений стереотип «жінка – слабка стать», порушуючи тим самим гендерну рівність.

На думку дослідниці М. Рубчак, для українців все ще залишається характерною побудова гендерної ідентичності жінки, яка знайшла себе у сфері бізнесу чи політики, на основі чоловічих моделей влади. Все це не вписується у цінності гендерної рівності, адже посилює привілейовану чоловічу систему вартостей [46, с. 158].

Політичні діячки в Україні часто сприймаються через призму чоловічої моделі гендерної ідентичності, наприклад – вважається, що ділова жінка має обов'язково володіти «чоловічими» рисами характеру та моделями поведінки, інакше вона ніколи не зможе досягти успіху в цій сфері. Іншою крайністю є транслявання гендерних стереотипів про жінок, що нівелює індивідуальність жінки, її ділові, політичні здобутки та фокусує увагу на «жіночих» аспектах її образу [16]. Саме так у 2020 р. у ході виборів до міських рад в Україні конструювався образ кандидатки у мери Києва І. Верещук – замість фокусу на передвиборчій кампанії політикині та її політичних здобутках, журналісти запитували в неї про косметику, зачіску, одяг.

Та якщо в Україні ситуація з гендерними стереотипами ще знаходиться у перехідній формі від традиційних стереотипних уявлень про жінку-берегиню та сильного чоловіка-захисника, то західні країни вже значно далі просунулися у питанні ідей гендерної рівності та більш нейтральної гендерної

ідентичності чоловіків та жінок. Європейські та американські гендерні моделі здебільшого мають тенденцію до меншої ангажованості та обмеженості стереотипами, пропонуючи як чоловікам, так і жінкам більший простір для вільного самовираження у будь-якій сфері діяльності, незалежно від статі.

Так, у США діловий етикет на рівні комунікації учасників ділового дискурсу позбавлений етикетних формул на кшталт необхідності цілувати руку жінці при зустрічі, подавати руку жінці чи іншими діями підкреслювати гендерну нерівність між жінкою та чоловіком. В американській бізнес-культурі жінки вважаються рівними чоловікам та часто займають керівні посади. В цілому в діловому світі США набагато більше жінок, ніж в будь-якій іншій країні. Американська бізнес леді вважає себе повноцінним бізнес партнером, тому для чоловіків тут не є доречною надмірна галантність щодо ділової жінки, так само, як і питання особистого характеру.

Образ американської ділової жінки в Україні часто теж продовжує сприйматися через низку гендерних стереотипів. Так, у ЗМІ є надзвичайно багато публікацій про стиль, гардероб, сімейні секрети Г. Клінтон, М. Обама чи М. Трамп, при цьому значно менша увага приділяється освіті, особистим досягненням, кар'єрі цих жінок.

Одним із джерел цінної інформації про справжній, а не сконструюваний на основі гендерних стереотипів, образ ділової жінки США може слугувати не тільки корпус публікацій у ЗМІ, але й автобіографії виданих жінок, де вони від першої особи діляться власним шляхом до успіху у діловій сфері.

Прикладом такого автобіографічного матеріалу може слугувати книга М. Обама «Becoming» / «Становлення». Часто дружини президентів сприймаються виключно через призму образу їх впливових чоловіків, однак автобіографія дружини 44-го президента США М. Обама, замість тексту, який повинен дати всьому світу можливість побачити Б. Обаму очима його дружини, розкриває повноцінний автопортрет жінки, яка зіграла свою роль у політичній історії як США, так і всього світу [57].

Мішель Обама дійсно є яскравим зразком американської ділової жінки, яка протягом свого життя боролася не тільки з гендерною, але й з расовою нерівністю в американському суспільстві. М. Обама – успішна юристка та перша афро-американська Перша леді США. З досягнень М. Обама можна назвати її успішну кар’єру, досвід роботи на посаді заступниці декана Чиказького університету та віцепрезидента медичного центру Університету Чикаго. М. Обама проводила кампанію на президентських виборах її чоловіка у 2007-2008 рр., виступивши з доповіддю на Національній конвенції 2008 р. про демократію.

Бувши Першою леді, М. Обама стала зразком для наслідування для жінок всього світу. На цьому посту вона працювала як захисниця поінформованості щодо бідності, освіти, харчування, фізичної активності та здорового харчування.

Відповідно, саме автобіографія М. Обама як яскравого прикладу вільної від гендерних стереотипів успішної ділової жінки США може слугувати матеріалом для дослідження складових образу сильної жінки в американській культурі.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ОБРАЗУ СИЛЬНОЇ ЖІНКИ В КНИЗІ М. ОБАМИ «СТАНОВЛЕННЯ»

2.1. Лексико-семантичні та стилістичні особливості створення образу сильної жінки

Вивчаючи особливості конструювання образу сильної жінки, звернемося до аналізу лексико-семантичних засобів, до яких вдається авторка автобіографії.

Оскільки автобіографія належить до жанрової категорії мемуарів, то такий тип тексту володіє своїми специфічними мовними рисами. Зокрема, у центрі розповіді знаходиться, перш за все, оповідач. Це виражається за допомогою займенників та дієслів першої особи однини. Використання особового займенника «*I*» є одним з основних засобів мовного втілення мемуарного тексту [50, с. 8], наприклад:

I was just a kid, a girl with Barbies and blocks, with two parents and an older brother who slept each night with his head about three feet from mine [59].

Авторський образ конструюється у тексті досліджуваної нами біографії за допомогою займенників першої особи однини *I, my, mine* тощо. Окрім того важливим елементом створення образу жінки тут є іменники на позначення самоідентифікації авторки тексту. Зокрема, як і в будь-яких мемуарах, М. Обама описує своє життя від дитинства і до сучасного свого життя, тому лексику автора на позначення себе у тексті можна розділити відповідно до вікових категорії, а саме:

- 1) Дитинство: *a kid, a child, a girl, a sister, a daughter* [59];
- 2) Юність: *a woman, an African American, a student, a bride* [59];
- 3) Зрілий вік: *a wife, a woman, a lawyer, a vice president, the director, a mother, the First Lady* [59].

Відповідно, в автобіографії М. Обама конструює свій власний образ американської жінки від дитячого віку до зрілості. Іменники, які розкривають самоідентифікацію авторки, вказують на кілька ключових складових її образу (рис. 2.1.):

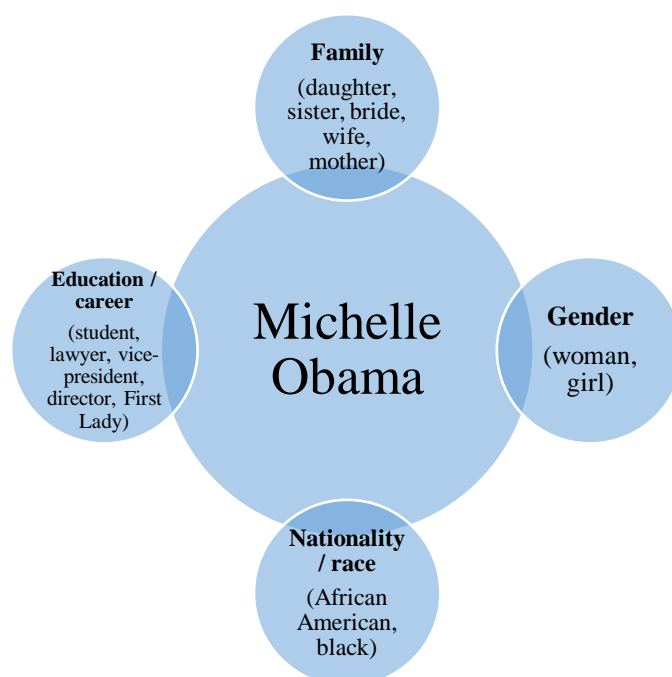


Рис. 2.1. Схема образу жінки у автобіографії М. Обами

Таким чином, ключовими блоками образу жінки в автобіографії М. Обами є «Gender», «Family», «Nationality», «Education / Career». Саме ці складові утворюють образ американської ділової жінки. При цьому блок «Family» є не тільки рівноправним, однак навіть менш представленим у тексті, ніж блок «Education / Career», оскільки кар'єра займає у житті М. Обами значиме місце та більшість часу. У розглянутому нами блоці відсутні лексичні засоби, які розкривали б такі гендерні ролі авторки, як господиня, берегиня, домогосподарка тощо, які є продуктами гендерних стереотипів. Образ матері не пов'язаний з хатніми справами, а сфокусований передусім на наявності у жінки дітей, а не на її обов'язках з обслуговування родини (адже для цієї моделі жінки основний вид діяльності – це розбудова її кар'єри).

Розглянемо більш детально й інші лексико-семантичні засоби конструювання образу ділової жінки у тексті досліджуваної автобіографії. Зокрема, за частиномовним критерієм у тексті твору використовуються не тільки іменники та займенники, але також прикметники, які виконують описову, оцінну функцію, а тому дозволяють визначити властивості та характеристики жіночого образу.

Так, ідентифікуючи себе у своєму житті та у світі, М. Обама використовує такі вирази:

*I've been a **working-class black student** at a fancy mostly **white college**. I've been the only **woman**, the only **African American**, in all sorts of rooms. I've been a **bride**, a **stressed-out new mother**, a **daughter torn up by grief** [59].*

У наведеному уривку авторка використовує відносні прикметники *working-class*, *black*, *African American*, *white* які визначають соціальну та расову, національну приналежність. Окрім того, використовуються якісні прикметники *fancy*, *stressed-out*, *new*, а також дієприкметниковий зворот *torn up (by grief)*. Такі лексичні засоби дозволяють розширити характеристики сконструйованого образу ділової американської жінки.

Зокрема, антитеза, яка міститься у виразах *white college* та *black student* імпліцитно розкриває тематику боротьби авторки за свої права як темношкірої жінки у США, а також проблему дискримінації за расовою ознакою. У наведеному уривку висвітлена сімейна сторона життя М. Обами, при цьому роль матері характеризується за допомогою прикметника *stressed-out*, що розкриває культурний контекст ролі матері як елементу образу жінки. Зокрема, можна помітити, що роль матері сприймається з точки зору авторки як стресова, навантажена обов'язками роль. Аналогічним чином і роль доньки асоційована в уривку з обов'язками та емоційною складовою – *torn up by grief*.

Емотивний компонент блоку «Family» в образі жінки надає йому людяності, індивідуальності, виключаючи гендерні стереотипи й шаблони, які зазвичай змальовують сім'ю як головну ціль і щастя у житті жінки. М. Обама розкриває не стереотипну, а реалістичну картину материнської та дочірньої ролі, говорячи про свій власний досвід та почуття.

Більше уваги приділено ідентифікації авторки як професіоналки, ділової жінки, наприклад:

*So far in my life, I've been a **lawyer**. I've been a **vice president** at a hospital and **the director** of a non-profit that helps young people build meaningful careers* [59].

У тексті використовуються найменування посад, установ, що є термінологічною лексикою, наприклад: *a lawyer, a vice president, the director, a non-profit*. Прикметник *meaningful* стосується ментальної, інтелектуальної сфери, так само як дієслово *build*, використане в уривку стосується діяльнісного аспекту життя людини. Побудова кар'єри, логічність, відповідно до гендерних стереотипів, є маркерами чоловічого гендеру, тоді як у аналізованому тексті автобіографії ці лексичні маркери є елементами конструювання образу ділової жінки.

М. Обама говорить у своїй книзі й про досвід на посаді Першої леді країни:

*And until recently, I was **the First Lady** of the United States of America – a **job** that's not officially a job, but that nonetheless has given me a **platform** like nothing I could have imagined [59].*

Статус Першої леді не асоційований у тексті з статусом дружини президента, тобто не сприймається як другорядна роль. Авторка використовує на позначення цієї своєї ролі іменники *a job, a platform*, розглядаючи цю роль як елемент своєї кар'єри. У наступному уривку також спостерігаємо використання дієслів для створення образу ділової жінки:

*It **challenged** me and **humbled** me, **lifted me up** and **shrank me down**, sometimes all at once. I'm just beginning to process what took place over these last years – from the moment in 2006 when my husband first started talking about running for president to the cold morning this winter when I climbed into a limo with Melania Trump, accompanying her to her husband's inauguration. It's been quite a ride [59].*

У тексті використовуються дієслова у минулому часі (що загалом є жанровим маркером мемуарного жанру), а саме: *challenged / humbled, lifted up / shrank down*. Зі стилістичної точки зору використання таких протилежних за своєю конотацією дієслів в одному реченні є прийомом антитези або протиставлення. Це дозволяє авторці розкрити неоднозначність посту Першої леді та висловити свій власний емоційний досвід знаходження на цій посаді.

Зокрема, дихотомія *challenged / humbled* цікава з точки зору гендерної лінгвістики. Так, відповідно до словника Cambridge Dictionary, дієслово *to challenge* має такі значення: 1) *to invite someone to compete or take part, especially in a game or argument*; 2) *to question if something is true or legal*; 3) *to test someone's ability or determination*; 4) *to tell someone at a border or gate to stand still and say their name and reasons for being there* [54].

Із наведених дефініцій можна виокремити такі «чоловічі» (відповідно до стереотипних уявлень про гендер) гендерні маркери: *to compete, to test, argument, determination*. Змагання, протистояння, конфлікт, рішучість, сила та воля зазвичай є характеристиками чоловічого гендеру. Саме ж дієслово *to challenge* перекладається як «кидати виклик», «змагатися», «претендувати».

Натомість, дієслово *to humble* має значення «*to make someone understand that they are not as important or special as they thought*» [54]. Цю лексему в контексті антитези сприймаємо як «жіночий» гендерний маркер, пов'язаний з американською системою цінностей, де важливе місце все ще займає традиційна родина, у якій ролі жінки відведена другорядна роль. Саме такою є роль Другої леді, адже вона завжди знаходиться у тіні свого чоловіка-президента.

Антитеза присутня й у парі дієслів *lifted up / shrank down*, які не є гендерними маркерами, однак фразовими дієсловами з емотивним компонентом, оскільки вжиті не в прямому значенні, а в переносному – стосовно емоційного стану людини, яка то підіймається на вершину, то падає вниз на своєму життєвому шляху.

У вищенаведеному уривку також використовуються дієслова *to begin, to process, to start, to run for* та ін., які також надають тексту динамізму, дозволяють більше розкрити блок «Career» у структурі образу ділової жінки. Окрім того, у тексті мемуарів містяться такі елементи тексту, як числівники (дати, як *от 2006*), власні назви та імена (*Melania Trump, White House* тощо), культурно-специфічні реалії (*a limo*). Вираз *It's been quite a ride* у тексті уривку містить метафоричне перенесення – він одночасно стосується і конкретної

поїздки на лімузині (про який йдеться за контекстом), і про досвід М. Обама на посаді Першої леді.

У тексті автобіографічної книжки М. Обама знаходимо й інші приклади гендерних маркерів. Зокрема, розповідаючи про своє дитинство та батьківську родину, авторка називає себе *a girl with Barbies and blocks*, а про своїх батьків розповідає таким чином:

1) *My mother taught me how to read early, walking me to the public library, sitting with me as I sounded out words on a page [59].*

2) *My father went to work every day dressed in the blue uniform of a city laborer, but at night he showed us what it meant to love jazz and art. As a boy, he'd taken classes at the Art Institute of Chicago, and in high school he'd painted and sculpted. He'd been a competitive swimmer and boxer in school, too, and as an adult was a fan of every televised sport, from professional golf to the NHL. He appreciated seeing strong people excel [59].*

3) *When my brother, Craig, got interested in basketball, my father propped coins above the doorframe in our kitchen, encouraging him to leap for them [59].*

У наведених уривках спостерігаємо опис середньостатистичної американської родини, у якому інтерес представляє використання лексичних гендерних маркерів, які розкривають гендерні відносини в американському суспільстві. Так, описуючи свою матір, авторка використовує дієслова *taught, walk someone, sit with someone*, які стосуються догляду за дитиною. Описуючи батька, авторка вживає такі гендерні маркери: дієслівні фрази та дієслова *went to work, painted and sculpted* іменники *laborer, swimmer and boxer, jazz, art, sport* прикметники *competitive, professional, strong*. Лексичний опис батька розкриває ширше коло діяльності чоловіка, яке не обмежене лише домівкою, а включає кілька різноманітних типів діяльності – кар'єру та декілька хобі. У описі брата теж присутні гендерні маркери, такі як *basketball, encouraging, to leap*.

Вивчення гендерних маркерів у тексті твору дозволяє дослідити гендерні моделі та установки, присутні в американському суспільстві. Саме з

гендерними стереотипами авторці книги довелося зустрітися у своєму житті, ставши Першою леді США та однією з найбільш впливових осіб нашої планети. Наприклад, М. Обама згадує про образи, які чула на свою адресу від деяких представників американського суспільства:

Since stepping reluctantly into public life, I've been held up as the most powerful woman in the world and taken down as an "angry black woman." I've wanted to ask my detractors which part of that phrase matters to them the most – is it "angry" or "black" or "woman"? [59].

У цьому уривку яскраво окреслені базові характеристики образу ділової жінки, яким його змальовує М. Обама. Тут знову використовується антитеза за допомогою протиставлення дієслів із протилежним значенням (*held up / taken down*), а також використовується вираз *the most powerful woman in the world*. У цьому випадку використовується прикметник у найвищому ступені порівняння (*the most powerful*), а також прийом гіперболи (*in the world*).

Окрім того, інтерес представляє й образлива фраза, яка часто звучала на адресу М. Обами і про яку вона пише у своїх мемуарах – *angry black woman*. У цьому випадку увагу привертає якісний прикметник-емотив *angry*, який має тут негативну конотацію не тільки тому що номінує негативну емоцію злості, але й тому що не відповідає гендерним стереотипам про жінку, як тендітну та добру, м'яку за характером людину (на відміну від сильного, вольового й часто агресивного чоловіка).

Тут важливо звернутися до культурологічного аспекту даного виразу, який не просто є образою на адресу однієї конкретної жінки, однак став повноцінною гендерною та расистською стереотипною установкою, яка в американському суспільстві й має назву «angry black woman stereotype». Цей вираз уже набув сталої форми й позначає стереотипне уявлення про афро-американок, як нахабних, невихованих від природи. Суміжними з цим стереотипом концептами є «sapphire» або «sassy black woman». Прикметники *angry* та *sassy* у цьому випадку є особливо виразними, вони виконують роль не лише оцінну, але й ідеологічну – вони передають у собі уявлення про жінок як

обов'язково поступливих та м'яких. У той же час більш розвинені вольові якості афро-американок, особливості менталітету, поведінкові моделі спонукають американське суспільство звинувачувати їх у «злості», «нахабності».

Виступаючи проти такої дискримінації, М. Обама сміливо виражає свої емоції у своїй автобіографії, не підлаштовуючись під стереотипи. Зокрема, для вираження своєї емоційної реакції на образи на адресу її родини, вона використовує сарказм, метафору (метонімію), наприклад:

*I've smiled for photos with people who call my husband horrible names on national television, but still want **a framed keepsake for their mantel** [59].*

У цьому випадку вираз *a framed keepsake for their mantel* є метонімією щодо поняття смерті – позначає частину (кам'яний пам'ятник з обрамленим фото на ньому) від цілого (смерть). Сарказм у цьому випадку полягає у висміюванні людей, які говорять неприємні слова на адресу авторки та її чоловіка. Сарказм у цьому випадку полягає у розходженні дій та думок авторки та в підвищеній експресивності висловлювання (яка має ознаки чорного гумору), що виводить його на категорію гумору вищу за м'якшу іронію.

I've heard about the swampy parts of the internet that question everything about me, right down to whether I'm a woman or a man. A sitting U.S. congressman has made fun of my butt. I've been hurt. I've been furious. But mostly, I've tried to laugh this stuff off [59].

У цьому уривку використовується експресивна оцінна лексика, наприклад: *swampy, furious, hurt*, а також сленгізми (*butt*) та фразові дієслова (*made fun of, laugh off*). Гендерно марковані лексеми *woman, man* тут використовуються у контексті опису випадків гендерної дискримінації жінок у суспільстві. Авторка використовує емотиви *furious, hurt* для опису власних емоцій стосовно таких ситуацій – одночасно транслюючи емоцію образи та емоцію злості, люті.

У тексті книги використовуються й лексико-стилістичні засоби виразності, наприклад, метафори: *My family was my world, the center of everything* [59]. У цьому випадку свою родину авторка твору характеризує через метафори *world* та *the center of everything*. Метафоричне перенесення з елементами персоніфікації спостерігаємо й у наступному виразі: *I spent much of my childhood listening to the sound of striving* [59]. Властивостями живої істоти тут наділене абстрактне поняття *striving*.

Сам віддієслівний іменник *striving* як гендерний маркер відноситься до маскуліної гендерної ролі, оскільки за словником Cambridge Dictionary дієслово *to strive* означає «*to try very hard to do something or to make something happen, especially for a long time or against difficulties*» [54].

Загалом же, у образі сильної жінки, який вимальовується у автобіографії М. Обами «Становлення» простежуються як «жіночі», так і «чоловічі» гендерні маркери. Наприклад, у наступному реченні розкривається внутрішній конфлікт героїні твору, пов'язаний з вибором між двома образами жінки – фемінним сімейним та маскуліним діловим:

I wanted to live with the hat-tossing, independent-career-woman zest of Mary Tyler Moore, and at the same time I gravitated toward the stabilizing, self-sacrificing, seemingly bland normalcy of being a wife and mother [59].

Як маскуліні характеристики жіночого образу тут виступають складені okazionalni прикметники *hat-tossing* та *independent-career*. При цьому прикметник *hat-tossing* утворився, вочевидь, від культурно-специфічної реалії американського суспільства – *hat tossing graduation ceremony*, яка номінує традицію випускників університету підкидувати догори академічні шапочки на церемонії випуску. У контексті цього уривку цей прикметник позначає вищу освіту. Прикметник *independent-career* є складеним та позначає жінку, яка будує свою кар'єру та є фінансово самостійною.

На противагу цим характеристикам в уривку використовуються й прикметники, що розкривають стереотипні уявлення про жінку як «матір», «берегиню родинного вогнища»: *stabilizing, self-sacrificing, bland*. Такі

«фемінні» риси особистості часто приписуються жінці відповідно до традиційних уявлень, у тому числі – релігійних. Характерно, що до них авторка додає прислівник *seemingly*, який водночас висловлює сумнів у таких якостях (*seemingly bland*).

Окрім того, використовуються в уривку й іменники – маскулінний типаж жінки описується за допомогою експресивної лексеми *zest*, яка за словником має значення: «*enthusiasm, eagerness, energy, and interest*» [54]. Фемінний стереотипний типаж жінки описується за допомогою іменників *normalcy*, а також маркерів жіночих гендерних ролей *wife and mother*.

Дихотомія образу сильної жінки у книзі М. Обама виявляється і при аналізі сполучуваності ключової лексеми *woman* з гендерними маркерами маскулінності та фемінності. Дослідимо випадки такої сполучуваності у тексті книги, класифікуючи лексичні засоби конструювання жіночого образу як «чоловічі» чи «жіночі» гендерні маркери на основі такої схеми гендерних стереотипних характеристик обох гендерів (рис. 2.2.).

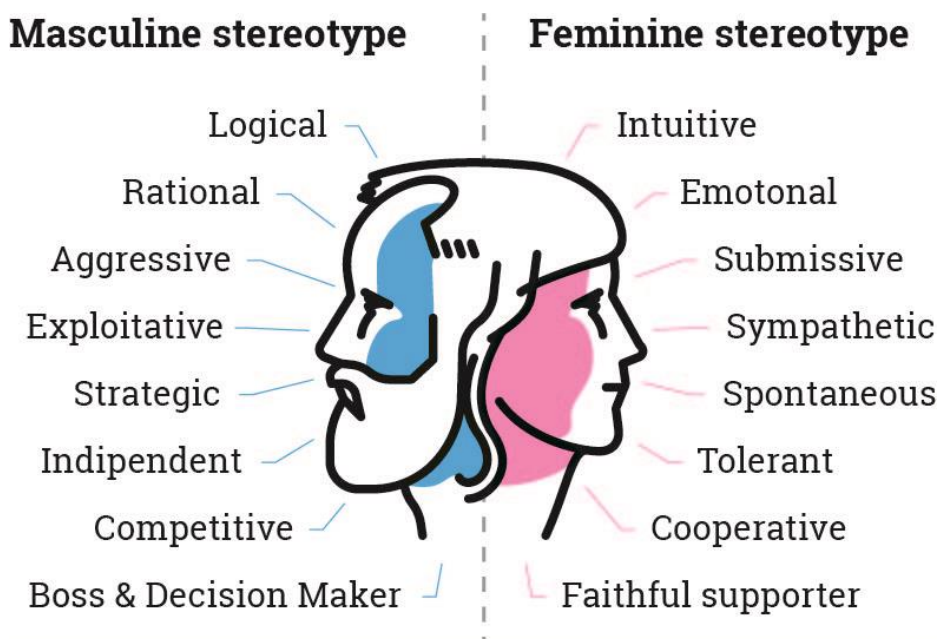


Рис. 2.2. Маскулінні та фемінні гендерні характеристики

Керуючись такими базовими критеріями «маскулінності» / «фемінності», укладемо таблицю, де відобразимо приклади сполучуваності лексеми *woman* з гендерними маркерами (табл. 2.1.):

Таблиця 2.1.

Сполучуваність лексеми *woman* з маскулінними / фемінними гендерними маркерами

Маскулінні маркери		Фемінні маркери
<i>powerful</i>	WOMAN	<i>sweet</i>
<i>pragmatic</i>		<i>soft-spoken</i>
<i>independent</i>		<i>upbeat</i>
<i>hyperorganized</i>		<i>attractive</i>
<i>high-powered</i>		<i>wise</i>
<i>professional</i>		<i>beautiful</i>
<i>confident</i>		<i>positive</i>
<i>successful</i>		<i>helpful</i>
<i>proactive</i>		<i>simple</i>
<i>angry</i>		<i>bright</i>
<i>hardworking</i>		<i>lively</i>
<i>smart</i>		<i>friendly</i>
<i>hat-tossing</i>		<i>stabilizing</i>
<i>independent-career</i>		<i>self-sacrificing</i>
		<i>bland</i>

Як показує аналіз, маскулінні та фемінні гендерні маркери представлені в структурі образу сильної жінки майже однаково. Це означає, що образ сильної жінки є багатограним і поєднує у собі як вольові якості, силу духу й характеру, активність та працьовитість, так і не відкидає того факту, що ділові жінки сучасності водночас є мамами та дружинами, зберігаючи свою жіночність як невід’ємну частину своєї статі.

Аналізуючи лексику, яка знаходиться у групі фемінних гендерних маркерів, слід зауважити, що деякі такі лексеми використовуються у тексті автобіографії не як безпосередня характеристика образу сильної жінки, а як

характеристика стереотипізованого образу жінки. Це, зокрема, такі лексеми, як *self-sacrificing*, *bland*, *stabilizing*. Такі риси не видаються авторці автобіографії реалістичними та дійсно притаманними жінкам, однак радше спрощеними та нормалізованими, які насправді мають мало спільного з реальними жінками.

2.2. Семантичні характеристики чуттєво-емоційної та інтелектуально-вольової складових образу сильної жінки

Досліджуючи мовні особливості вираження образу сильної жінки у книзі М. Обами «Становлення», звернемося також до аналізу чуттєво-емоційної та інтелектуально-вольової складові цього образу.

Основною проблемою опису емоцій в лінгвістиці є їх широка класифікація. Саме цій проблемі присвячені дослідження таких відомих науковців як А. Д. Белова, А. Вежбицька, В. І. Шаховський та багатьох інших. Особливу увагу привертають диференціації емоційної складової у працях К. Ізард. У своїх дослідженнях він виділяє дев'ять базових емоцій: інтерес/хвилювання, сором/провина, задоволення/радість, гнів, подив, горе/страждання, огида, страх, презирство. Саме за цією класифікацією ми і будемо досліджувати чуттєво-емоційну складову образу сильної жінки. Виділимо наступні семантичні поля:

- поле занепокоєння-знервованості;
- поле смутку;
- поле приязні-відданості;
- поле ворожості;
- поле страху;
- поле вдячності;
- поле цікавості-здивування;
- поле гідності-гордості;

- поле емоцій радості-задоволення;
- поле сміливості-відваги.

На основі аналізу лексичного компоненту тексту автобіографії М. Обами «Становлення» у кожному з наведених полів виділимо також базові лексеми-репрезентанти емоцій (емотиви). Зокрема, у ході дослідження було виділено:

37 лексем поля емоцій радості-задоволення (*love, happy, glad, pleased, satisfied, joy, enjoy, delighted, grateful, gay, lively, merry, admire, amused, fortunate, cheer, spirited, fain, entertained, lucky, playful, hopeful, funny, radiant, enthusiastic, thrilled, witty, hysterical, adore, gleeful, humorous, delectable, hilarious, jaunty, exuberant*);

23 лексеми поля смутку (*miss, tears, sorry, sad, sorrow, bitter, grief, unhappy, gloomy, troubled, distressed, weep, sob, disappoint, wistful, bleak, dejected, downcast, mourn, doleful, hurting, glum, heartbroken*);

19 лексем поля ворожості (*fear, angry, wild, cruel, hate, rough, wicked, violent, rage, envy, offend, fury, revenge, frighten, furious, livid, outraged, irate, seething*);

13 лексем поля занепокоєння-знервованості (*afraid, anxious, concerned, despair, troubled, nervous, uneasy, restless, impatient, scared, annoyed, worried, irritated*);

12 лексем поля приязні-відданості (*kind, soft, tender, gentle, honest, innocent, friendly, faithful, romantic, adored, dedicated, loyal*);

9 лексем поля цікавості-здивування (*wonder, surprised, interested, shocked, concerned, astonished, curious, inquire, amazed*);

9 лексем поля страху (*fear, afraid, despair, suspicion, terror, horror, fright, scared, panic*);

11 лексем поля гідності-гордості (*proud, respect, satisfied, noble, dignity, admire, glorious, modest, boast, superb, honored*);

9 лексем поля сміливості-відваги (*courage, brave, bold, daring, heroic, fearless, courageous, valiant*);

6 лексем поля вдячності (*thank, grace, grateful, praise, gratification, gratify*).

Результати дослідження систематизуємо та представимо розрахункові дані аналізу чуттєво-емоційної складової образу сильної жінки у творі М. Обама «Становлення» у таблиці 2.2.:

Таблиця 2.2

Розрахункові дані аналізу чуттєво-емоційної складової образу сильної жінки

<i>Вид семантичного поля</i>	<i>Кількість лексем (шт.)</i>	<i>Кількість (%)</i>
емоцій радості-задоволення	37	25
смутку	23	15,5
ворожості	19	12,8
занепокоєння-знервованості	13	8,8
приятності-відданості	12	8,1
гідності-гордості	11	7,4
цікавості-здивування	9	6,1
страху	9	6,1
сміливості-відваги	9	6,1
вдячності	6	4,1
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ		
ШТ/ %	148	100

Відповідно до отриманих даних, у чуттєво-емоційній складовій образу сильної жінки превалюють полярні емоції, а саме – емоції смутку та радості-задоволення. Разом ці два семантичні поля складають майже 50%, інші ж показники мають суттєво нижчі величини. Так, семантичні поля «цікавості-здивування», «страху» і «сміливості-відваги» мають однакове відсоткове значення – 6,1%, а найменший відсоток демонструє поле вдячності – лише 4,1%. Представимо ці показники у відсотковому відношенні за допомогою рис. 2.3.

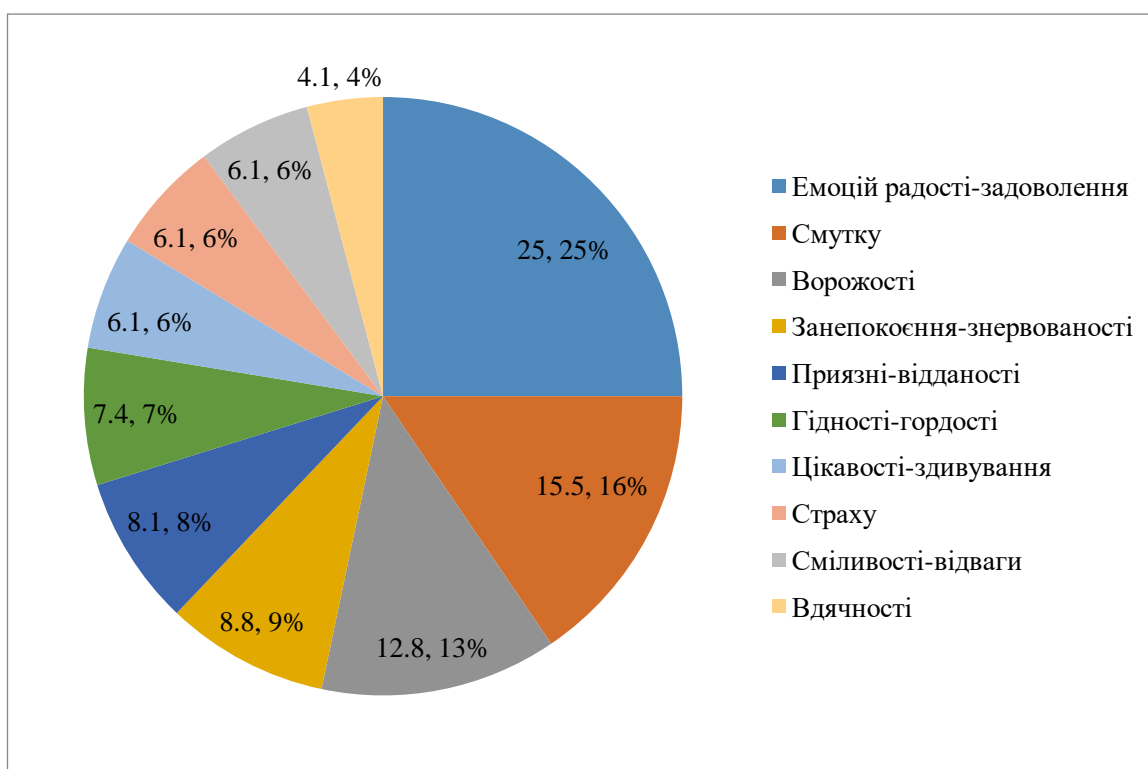


Рис. 2.3 Відсоткові показники аналізу чуттєво-емоційної складової образу сильної жінки

Потрібно відмітити, що даний аналіз певним чином підтверджує стереотипи щодо гендерно-обумовлених поведінкових моделей жінки, а саме – схильність до різкої зміни настрою. Саме тому такі полярні емоції радості-задоволення та смутку вмістили у собі майже половину жіночої емоційної сфери.

Для аналізу інтелектуально-вольової складової образу сильної жінки у було відібрано наступні семантичні поля:

- знання-розум;
- незнання-нерозуміння;
- активність-енергійність;
- потреба;
- впевненість-воля;
- влада;
- порядність;

- слухняність-покірність;
- пасивність-бездіяльність.

У кожному полі виділимо базові лексеми. Зокрема, у ході дослідження було виділено:

12 лексем поля знання-розум: *know, think, understand, learn, remember, clever, smart, wise, witty, crafty, cunning, foxy*;

6 лексем поля незнання-нерозуміння: *ask, guess, forget, fool, stupid, silly*;

7 лексем поля активність-енергійність: *active, lively, eager, seek, ready, search, try*;

6 лексем поля потреба: *want, need, help, beg, wish, desire*;

4 лексеми поля впевненість-воля: *sure, determined, firm, decided*;

6 лексем поля влада: *control, force, manage, lead, allow, power*;

4 лексеми поля порядність: *polite, honest, noble, gallant*;

5 лексем поля слухняність-покірність: *obey, patient, obedient, agree, calm*;

4 лексеми поля пасивність-бездіяльність: *useless, slow, lazy, boring*.

За допомогою кількісного підрахунку основних полів інтелектуально-вольової складової образу сильної жінки можна дослідити, на яких саме аспектах зосереджена увага авторки при описі цього образу у тексті твору. Дані кількісного аналізу представимо у вигляді табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Розрахункові дані аналізу інтелектуально-вольової складової образу сильної жінки

<i>Вид семантичного поля</i>	<i>Кількість лексем (шт.)</i>	<i>Кількість (%)</i>
знання-розум	12	22,2
активність-енергійність	7	12,9
незнання-нерозуміння	6	11,1
потреба	6	11,1
влада	6	11,1
слухняність-покірність	5	9,4
впевненість-воля	4	7,4

порядність	4	7,4
пасивність-бездіяльність	4	7,4
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ШТ/ %	54	100

Отже, можна побачити, що в інтелектуально-вольовій складовій образі сильної жінки превалюють поля «знання-розум» та «активність-енергійність», що є цілком логічним для даного типу образу. Разом ці два семантичні поля складають майже 50%, інші ж показники мають суттєво нижчі величини. Так, найменший відсоток мають поля пасивності-бездіяльності, порядності та впевненості-волі – 7,4%. Представимо ці показники у відсотковому відношенні за допомогою рис. 2.4.

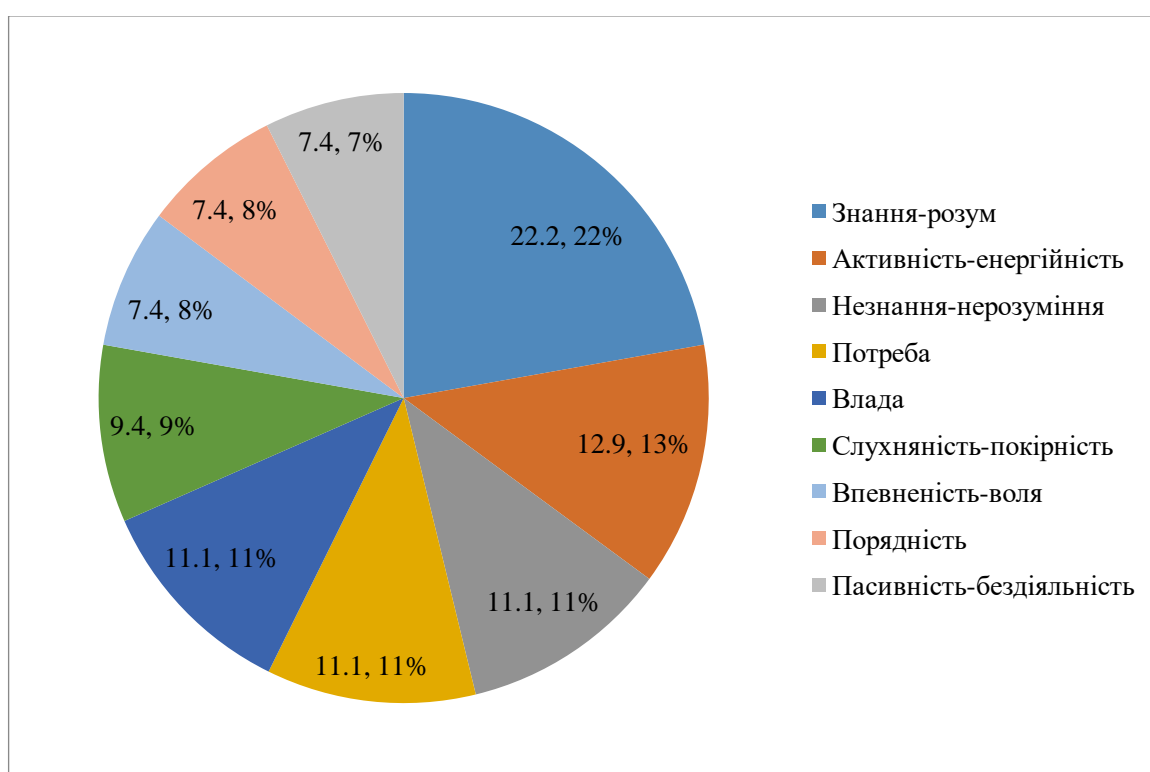


Рис. 2.4 Відсоткові показники аналізу інтелектуально-вольовій складовій образі сильної жінки

Отже, виходячи із результатів аналізу можна зробити висновок, що авторка, у першу чергу, звертає увагу на інтелектуальну сферу образу жінки, тобто на семантичне поле «знання-розум». З іншого ж боку, дані, представлені

у таблиці, є досить суперечливими по відношенню до існуючих стереотипів, адже автор зображує інтелектуально-вольову складову з різних сторін, відтворюючи тим самим якомога повний образ жінки.

Таким чином, образ сильної жінки у книзі М. Обами «Становлення» найбільш широко представлений семантичними полями «цікавості-здивування» і «сміливості-відваги» на чуттєво-емоційному рівні, та семантичними полями «знання-розум» та «активність-енергійність» на інтелектуально-вольовому рівні.

РОЗДІЛ 3. СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ НОМІНАЦІЙ НА ПОЗНАЧЕННЯ ОБРАЗУ СИЛЬНОЇ ЖІНКИ ТА МЕТОДИКА ЗАСТОСУВАННЯ ЇХ НА ЗАНЯТТЯХ З ПЕРЕКЛАДУ

3.1 Особливості застосування перекладацьких трансформацій для перекладу номінацій образу сильної жінки

Звернемося до питання перекладу тексту англomовної автобіографії з огляду на проблему передачі українською мовою номінацій та характеристик образу сильної жінки. При перекладі англomовного тексту можуть застосовуватися безліч перекладацьких прийомів та трансформацій. Розглянемо також їх потенціал стосовно перекладу гендерних маркерів образу сильної жінки у перекладах автобіографії М. Обама «Становлення».

I was stepping onto the stage after having been demonized as an angry black woman who didn't love her country [59] – *Я виходила на сцену після того, як мене демонізували як «злу чорношкіру жінку», яка не любила свою країну.*

У наведеному прикладі використовується калька при перекладі номінації образу жінки – *angry black woman* – *зла чорношкіра жінка*. При цьому використовується семантична перекладацька трансформація нейтралізації початкового значення при перекладі експресивно забарвленої лексеми *black* як *чорношкіра*. Лексема *black* вважається невічливим та нетолерантним найменуванням темношкірих людей, тому при перекладі таке слово заміняємо нейтральним *темношкірий*. Така перекладацька трансформація визначається соціолінгвістичними чинниками, наприклад – розбіжністю у традиціях емоційно-оцінної інформації, яка може «приглушуватися» при перекладі.

Окрім того у перекладі наведеного уривку використовуються й інші трансформації, зокрема – додавання при перекладі конструкції *after having been demonized* – *після того, як мене демонізували*. Хоча у даному випадку зберігається пасивний стан дієслова, різниця у граматичних особливостях

англійської та української мов, унаслідок чого при перекладі додаються надлишкові (з точки зору тексту оригіналу) лексеми. Це необхідно для збереження відповідного сенсу у тексті перекладу, забезпечення еквівалентності на граматичному рівні.

У наступному прикладі маркерами жіночих образів є імена, які передаються за допомогою прийому транскодування (*Kristen Jarvis* – *Крістен Джарвіс*; *Chynna Clayton* – *Чінна Клейтон*):

Kristen Jarvis had been replaced by Chynna Clayton, a hardworking young woman from Miami who quickly became another big sister to our girls and was central to keeping my life running smoothly [59] – *На зміну Крістен Джарвіс прийшла Чінна Клейтон, працююча молода жінка з Маямі, яка швидко стала ще однією «старшою сестрою» наших дівчат і була ключем до рівномірного ходу мого життя.*

Окрім того, використовується й такий семантичний перекладацький прийом, як емпіфізація. Ця перекладацька трансформація є протилежною нейтралізації та полягає у перекладі більш нейтрального за своєю стилістикою виразу яскравим образним виразом, наприклад: *was central to keeping my life running smoothly* – *була ключем до рівномірного ходу мого життя*. У тексті перекладу використовується образ ключа, який відсутній у тексті перекладу, де це значення передає лексема *central*.

Вирази ж, які номінують жіночий образ у наведеному уривку, перекладаються за допомогою прийому калькування – *a hardworking young woman* – *працююча молода жінка*. При перекладі *big sister* – «старша сестра» використовується прийом еквівалентного перекладу, оскільки калька *big* як *велика* тут не є доречною, адже у даному випадку мова йде про вік, а не про розмір. Відповідно до Cambridge Dictionary, прикметник *big* має значення: «1) *large in size or amount*; 2) *older or more like an adult*» [54]. Відповідно, при перекладі використовується еквівалент у відповідності до другорядного значення лексеми та контексту.

У наступному прикладі використовуються такі номінації образу сильної жінки: *a black First Lady, a professional woman, a mother of young kids*:

I had influence in the form of being something of a curiosity – a black First Lady, a professional woman, a mother of young kids [59] – Я була впливовою, однак у якості певної цікавинки – чорношкіра Перша леді, професіоналка, мама малюків.

У цьому прикладі використовується перекладацька трансформація скорочення вихідної форми, наприклад: *being something of a curiosity* – цікавинка; *a professional woman* – професіоналка; *a mother of young kids* – мама малюків. При перекладі опускаються деякі елементи вихідного тексту, які є надлишковими з огляду на граматику української мови. Окрім того, розвиток фемінітивів в українській мові дозволяє також лаконічно передавати найменування жіночих варіантів професій, наприклад: *a professional woman* – професіоналка.

Приєм опущення та скорочення вихідної граматичної та синтаксичної форми протиставлений прийому додавання, який спостерігається у наступному прикладі:

As if growing up is finite. As if at some point you become something and that's the end [59] – Ніби у дорослішання є фінал. Ніби одного разу ти просто стаєш кимось визначеним. Завершеним. Застиглим.

У цьому випадку вихідне речення *As if at some point you become something and that's the end* [59] перекладається як *Ніби одного разу ти просто стаєш кимось визначеним. Завершеним. Застиглим*. З метою надання тексту більшого прагматичного ефекту та експресивності використовується також прийом членування – одне речення в тексті-оригіналі перекладається за допомогою трьох речень, два з яких – односкладні прості речення. Такий прийом дозволяє сфокусувати увагу читача на найбільш вагомим семантичних рисах вихідного тексту.

Характерно, що не завжди перекладач вдається до нейтралізації як семантичного прийому перекладу. Так, у наступному прикладі для передачі

лексеми *black* використовується прийом калькування (*black student* – чорна студентка):

I've been a working-class black student at a fancy mostly white college. I've been the only woman, the only African American, in all sorts of rooms [59] – Я була чорною студенткою з робітничого класу в престижному коледжі переважно для білих, а також єдиною жінкою і єдиною афроамериканкою в самих різних компаніях.

Окрім кальки, при перекладі даного виразу використовується прийом перестановки: *a working-class black student* – чорною студенткою з робітничого класу. Тут при перекладі змінюється порядок слів – прикметник *working-class* перенесений з початку виразу на його кінець. Окрім того, тут спостерігається граматична заміна та прийом розширення вихідної форми – складений англомовний прикметник перетворюється на іменникове словосполучення.

Окрім того, у даному випадку використовується прийом конкретизації при перекладі лексеми *rooms*. Відповідно до словника Cambridge Dictionary, лексема *rooms* має такі варіанти значень: «1) *a part of the inside of a building that is separated from other parts by walls, floor, and ceiling*; 2) *a set of rented rooms, especially in a college or university*; 3) *the amount of space that someone or something needs*» [54]. Серед наведених значень відсутнє таке, яке дозволяло б здійснити переклад лексеми *rooms* як *компанії*. Перекладач використовує прийом конкретизації, зводячи значення такої лексеми лише до «компанії», оскільки, відповідно до словникового тлумачення, воно означає будь-який тип орендованого приміщення.

I've been a bride, a stressed-out new mother, a daughter torn up by grief [59] – Я була нареченою, нервовою новоспеченою мамою, донькою, яку горе роздирило на частини.

У наведеному прикладі використовується прийом калькування як спосіб перекладу гендерно-маркованої лексики (*a bride* – наречена), а також прагматична адаптація – *a stressed-out new mother* – нервовою новоспеченою

мамою. У випадку перекладу лексеми *new* як *новоспечена* застосовується також семантична трансформація емпіфізації – нейтральна лексема замінюється на стилістично забарвлену. При перекладі вислову *torn up by grief* – яку *горе роздирало на частини* використовується перестановка компонентів структури, а також прийом розширення.

And until recently, I was the First Lady of the United States of America – a job that's not officially a job, but that nonetheless has given me a platform like nothing I could have imagined [59] – *І до недавнього часу – першої леді Сполучених Штатів Америки. Неофіційна посада, котра відкрила для мене абсолютно неймовірні можливості.*

У наведеному прикладі використовуються такі прийоми перекладу, як перестановка компонентів та опущення надлишкових компонентів (*job that's not officially a job – неофіційна посада*), членування вихідного речення. Гендерно маркована лексема *a platform*, яка використовується авторкою для номінації свого посту Першої леді США, перекладається українською мовою як *можливості*. У даному випадку такий переклад є прагматичною адаптацією. Окрім того, використовується прийом скорочення вихідної форми та опущення семантично надлишкових елементів – *nothing I could have imagined – абсолютно неймовірні*. У цьому випадку прийомом перекладу також є прагматична адаптація, адже перекладач відмовляється від дослівної передачі вихідного тексту.

It challenged me and humbled me, lifted me up and shrank me down, sometimes all at once [59] – *Вона кидала мені виклики і вчила покірності, піднімала на вершину світу і збивала з ніг. А іноді все це одночасно.*

У даному випадку використовується членування вихідного речення, наявні перекладацькі трансформації розширення вихідної форми (*challenged me – кидала мені виклики; humbled me – вчила покірності*). Аналогічним чином змінюється й наступний вираз, у якому також змінюється основа образного компоненту: *lifted me up – піднімала на вершину світу*. У вихідному тексті відсутній образ «вершина світу», який використовується перекладачем при

перекладі українською мовою. Зміна образного компоненту відбувається й при перекладі словосполучення *shrank down* – *збивала з ніг*. Лексема *shrank* (минула форма від *shrink*) має наступне словникове тлумачення – «1) *to become smaller, or to make something smaller*; 2) *to move away from someone or something because you are frightened*» [54]. При перекладі ж використовується прагматична адаптація – *збивала з ніг*.

Вивчення особливостей перекладу гендерних маркерів у тексті автобіографії М. Обами «Становлення» показало, що використовуються такі перекладацькі прийоми, як: калькування, функціональний еквівалент, прагматична адаптація, транскодування. На основі 100 прикладів перекладу, розглянутих у роботі, визначимо відсотковий показник співвідношення різних прийомів перекладу (рис. 3.1.):

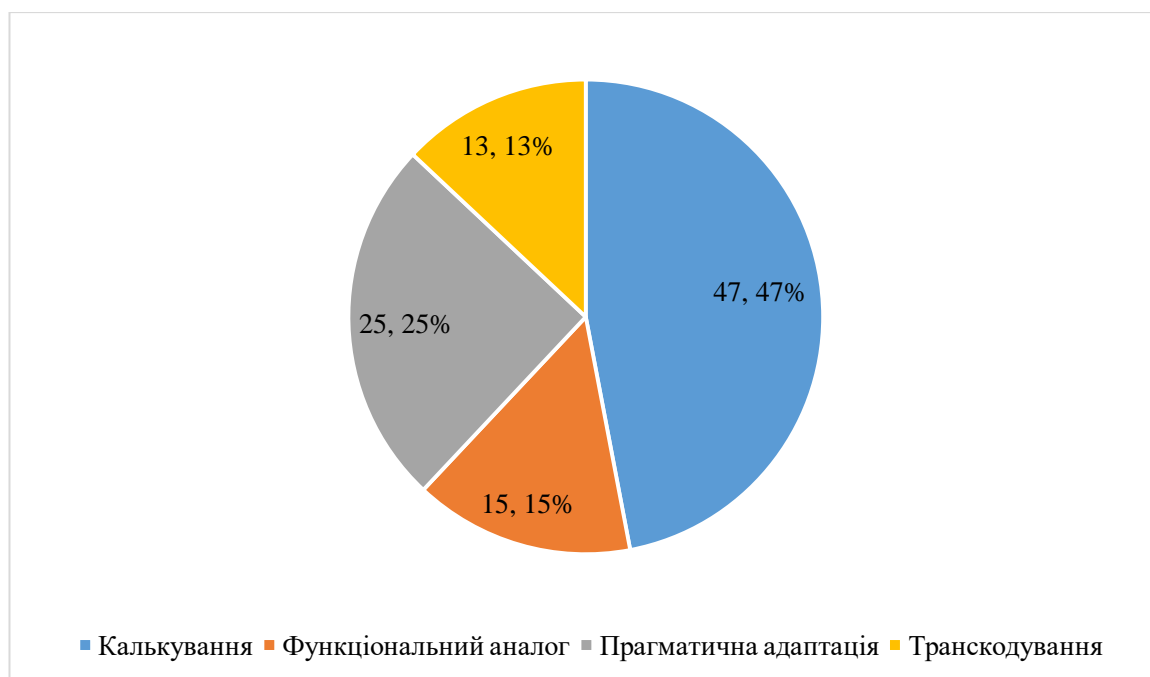


Рис. 3. Співвідношення використання основних прийомів перекладу

Як показує аналіз, 47% від загальної кількості прикладів перекладу становить прийом калькування. Саме цей прийом використовується найчастіше для перекладу гендерних маркерів та інших засобів конструювання образу сильної жінки у досліджуваному нами тексті. Інші

прийоми перекладу складають 25% – прагматична адаптація, 15% – функціональний аналог та 13% – транскодування.

Окрім основних прийомів перекладу, які становлять базу перекладацької стратегії, використовуються також різноманітні перекладацькі трансформації. Зокрема, використовуються семантичні трансформації, такі, як нейтралізація, емпатизація, конкретизація та генералізація значення вихідного слова. Зокрема, такі семантичні перекладацькі трансформації використовуються у ході прагматичної адаптації.

Розглянемо кількісні показники частотності використання семантичних перекладацьких трансформацій та відобразимо їх на рис. 3.2.:

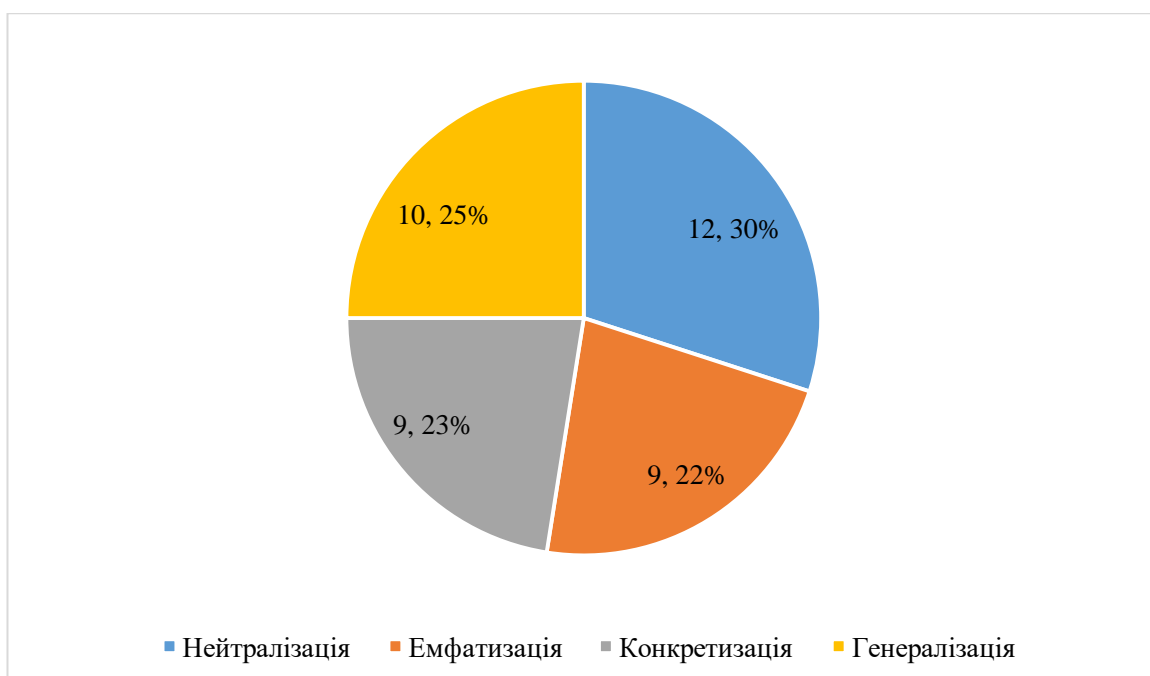


Рис. 3.2. Співвідношення використання семантичних перекладацьких трансформацій

Із 40 загальних випадків використання семантичної перекладацької трансформації у 30% використовується прийом нейтралізації семантики та стилістики вихідної лексеми. 25% використання такого типу трансформацій припадає на прийом генералізації. 22% та 23% відповідно припадають на використання прийомів емпатизації та конкретизації.

Окрім семантичних трансформацій при перекладі тексту книги М. Обама «Становлення» також були використані лексико-граматичні та

граматичні трансформації, а саме – граматична заміна, прийоми розширення та скорочення вихідної структури, членування та перестановка. Такі перекладацькі трансформації використовуються паралельно до вже розглянутих раніше прийомів та зустрічаються у 56 випадках перекладу. Розглянемо кількісні показники та співвідношення використання таких трансформацій (рис. 3.3.):

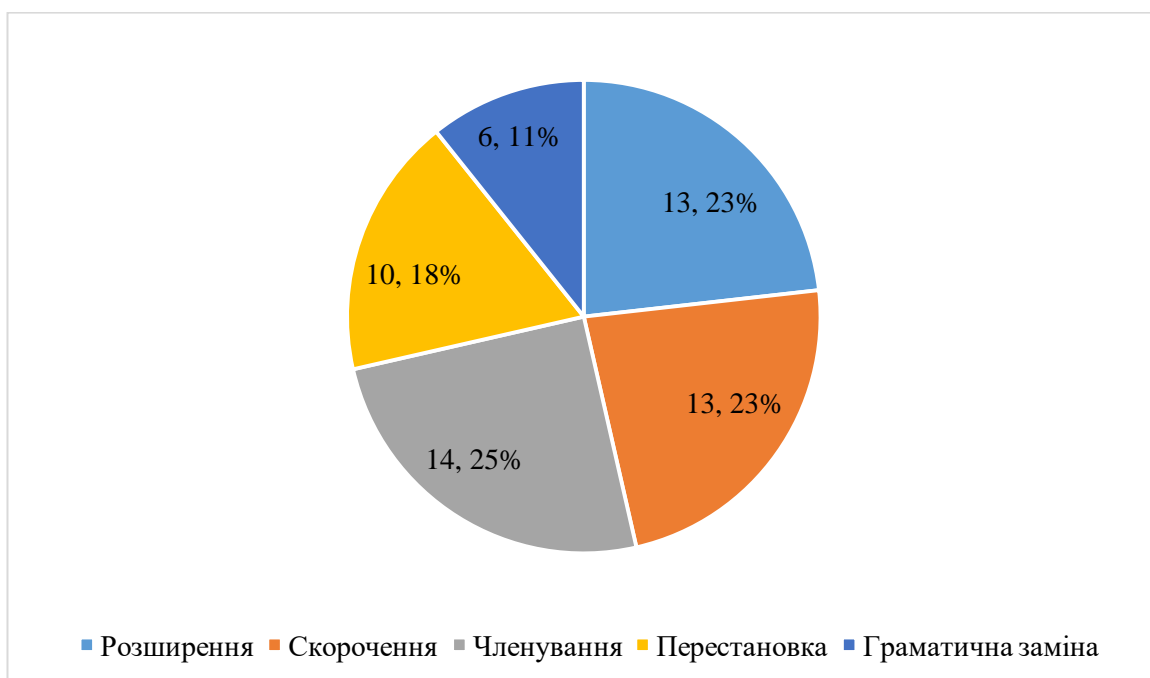


Рис. 3.3. Співвідношення використання лексико-граматичних та граматичних перекладацьких трансформацій

Як показав аналіз, найбільш частотним є прийом членування (25%). Також достатньо часто використовуються прийоми скорочення (23%), розширення (23%). Прийом перестановки використовується у 18% розглянутих прикладів, а також прийом розширення використовується у 11% прикладів.

Відповідно, найбільш частотними прийомами перекладу гендерних особливостей та мовних засобів вираження образу сильної жінки у тексті автобіографії М. Обами «Становлення» є прийом калькування, прийом нейтралізації семантики та стилістики вихідної лексеми, а також прийом членування вихідної структури.

З огляду на необхідність всебічного навчання та розвитку студентів-перекладачів у ході опанування ними професійними компетенціями, доцільно звернути увагу на потенціал використання результатів цього дослідження для викладання перекладу гендерних маркерів англомовних текстів.

3.2 Методика викладання перекладу з використанням номінацій на позначення образу сильної жінки

Матеріали й висновки проведеного магістерського дослідження можуть бути використані у процесі викладання курсів з «Лексикології», «Стилістики», «Інтерпретації художнього тексту» та спецкурсів з «Лінгвістичної гендерології» і «Прагмалінгвістики». Окрім того, перекладацький компонент дослідження дозволяє застосувати його у процесі викладання курсу «Теорії та практики перекладу».

Для реалізації методичної складової дослідження доцільно розробити комплекс вправ. Поданий комплекс вправ передбачає наявність у студентів загальних та спеціальних знань у галузі мовознавства, перекладознавства і прагмалінгвістики, отриманих у ході навчання за спеціальністю «Лінгвістика, переклад».

Актуальність даного спецкурсу полягає у тому, що прагмалінгвістика та лінгвістична гендерологія на сьогоднішній день є одними із найбільш розроблюваних напрямків вітчизняного і зарубіжного мовознавства. Актуальним є й врахування досягнень гендерної лінгвістики у перекладацькій діяльності. Відсутність навчально-методичного матеріалу для студентів із цих курсів робить даний комплекс вправ своєчасним та необхідним для підготовки майбутніх фахівців у галузі лінгвістики та перекладу, а також свідчить про практичну й методичну цінність здійсненого магістерського дослідження.

Даний комплекс вправ також спрямований на реалізацію наступних цілей:

Практична – навчати визначенню стратегій і тактик вираження жіночих образів у англомовних текстах, гендерно-маркованих мовних засобів та способів і прийомів їх перекладу українською мовою.

Виховна – виховувати у студентів взаємоповагу у ході роботи на занятті, толерантність, сприяти становленню особистості у області міжкультурної комунікації.

Розвиваюча – розвивати пам'ять, увагу, образне мислення, уяву студентів, формувати навички прагмалінгвістичного та передперекладацького й перекладацького аналізу, сприяти удосконаленню таких мовознавчих компетентностей як аналіз та узагальнення, аргументація, критична оцінка матеріалу.

Освітня – формувати уявлення про гендерні маркери поведінки, мовні гендерні стереотипи, види комунікативних ситуацій, стратегії й тактики перекладу.

Для реалізації наведених цілей розроблений такий комплекс вправ, який враховує результати теоретичного дослідження та практичного аналізу:

Вправа 1: умовно-комунікативна, рецептивно-репродуктивна.

Режим виконання: індивідуальний, фронтальний.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: Read the article and answer the questions given below.

Although the linguistic tradition that takes into account gender factors dates back to the ancient world, when the understanding of the sexus and gender categories began, the first serious scientific linguistic work in the gender direction started not so long ago. The concept of “gender” as an independent category arose in linguistics only in the 80’s of the XX century, having entered this field from other social sciences such as history, sociology and psychology.

Quite often, the term “gender” is used as a synonym for the word “sex”, although most scholars distinguish them. In general, the concept of “gender” was introduced in scientific terms in order to bridge the notions of biological sex and

social and cultural implications that include the concept of “male to female”: the distribution of roles, cultural traditions, the relation of power in connection with the person’s sex etc. So, if “sex” characterizes the genetic affiliation of an individual to one of two categories, then “gender” means a product of upbringing and the influence of culture, that is, a kind of “social sex of a person.

Gender features have an impact on all speech manifestations of personality, and expression of the evaluation category is not an exception, because it regulates the activity and human behavior. Estimating activity always reflects the interaction of a person with reality, in the process of which is implemented the evaluation of this activity by the individual. Evaluation activity can be considered as a process and the result of reflection of the relations of dominance and human advantage, which is realized in the course of arbitrary and involuntary comparison of the object of evaluation and evaluation of the basis.

The result of the evaluation activity is the evaluation as a quantitative and qualitative expression of the evaluative attitude. According to the vocabulary of linguistic terms by O. Akhmanova, evaluation is the judgment of the speaker, his attitude – approval or disapproval, desire, encouragement, etc., one of the main parts of the stylistic connotation. The evaluative category belongs to the natural categories, because it determines how the picture of the human world is formed in the process of its cognitive activity. At the same time, the gender dimension of the linguistic personality can greatly influence the perception of his/her evaluative picture of the world, and as a result, it is influenced and verbalized in speech behavior. The gender aspect of the rating category involves considering ways to verbalize the roles, norms, values that society assigns to women and men in the language.

Differences in the female and male worldview largely affect communication, which can not be considered separately from the language, because the worldview and, accordingly, gender characteristics are expressed through it, as well as through other related sign systems. The main differences between men’s and women’s speech can be considered in accordance with the following scales of speech

evaluation: expressiveness / emotionality / rationality, logic / concreteness / abstractness, solidarity / domination / non-categorical / categorical. The first characteristics belong to the stereotypes of women's speech, the second – of men's. However, such differences can not be considered obligatory characteristics of speech of all women or all men, they only reflect the main directions in the assessment of male and female speech. The social context, as well as the psychological and physiological features of the communicants, will play a significant role in the concrete realizations of male and female speech.

Answer the following questions:

1. What is gender?
2. What is the difference between categories “gender” and “sex”?
3. Why gender linguistic studies are topical nowadays?
4. What is estimation and what role does it play in human life?
5. What scales are used in modern linguistics to evaluate men's and women's speech?
6. Do you personally think there is a great difference in men's and women's speech?

Вправа 2: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: індивідуальний.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: А) Read the abstract given below:

*According to O. Selivanova, **stereotype** is a well-ordered and fixed structure of consciousness determined by culture or subculture and society, a fragment of the picture of the world that embodies the result of the knowledge of reality by a certain group and is a schematised standard feature, matrix of an object, event, phenomena etc. **Gender stereotypes** emphasize the place and role of both sexes in society, revealing their function and the important social tasks faced by them.*

B) Look at the picture and assume – what may be the characteristics of men’s and women’s speech according to gender stereotypes. Have you observed such examples in real life?



C) Read the article “Gender Speech Differences”: <https://schoolworkhelper.net/gender-speech-differences/> and say if your assumptions correspond with the results of linguistic investigations?

Вправа 3: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: індивідуальний.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: Classify nominative means of evaluation (nouns) given below into two groups. Use dictionaries if it is necessary. Write out definitions of these nouns (their evaluative meaning concerning a person) or give your own definition as it isn’t provided by the dictionaries.

N.B.! There may be some indicators of positive/negative evaluation in dictionary definitions, represented by

- ✓ components as *too*, *too much*, *to an extreme degree*, *excessively*, *overly*, indicating some deviations;
- ✓ special marks such as *apprec*, *derog.*, *with approval / disapproval*, etc.

angel, black sheep, child, beauty, believer, degenerate, dog, sheep, charmer, goody goody, animal, bastard, cheater, saint, cow, creep, crook, adventurer, baby, blabbermouth, bore, braggart, brat, brute, careerist, cheapskate, child, city-slicker, coward, cry-baby

POSITIVE

NEGATIVE

Вправа 4: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: груповий.

Вид контролю: з боку викладача, взаємоконтроль.

Інструкція: Work in groups. Read the following abstracts. What language gender markers are used in the text? Translate these abstracts into Ukrainian and define the translation methods.

1) « – *We had a lot of people to work at it, Ayla. Nearly everyone thought it was a good idea and wanted to help... to make you welcome*». *The young woman felt a sudden rush of emotion and closed her eyes to control tears of gratitude that threatened. « – I'm glad you will be one of us, I think you were meant to be*».

2) «– *I want to know what Mr. Gatsby has to tell me*». « – *Your wife doesn't love you,*» *said Gatsby. «She's never loved you. She loves me.*» « – *You must be crazy!*» *exclaimed Tom automatically. Gatsby sprang to his feet, vivid with excitement. « – She never loved you, do you hear?» he cried. «She only married you*

because I was poor and she was tired of waiting for me. It was a terrible mistake, but in her heart she never loved any one except me!»

3) « – *Thirty-six,*» he said, looking up at his mother and father. «*That's two less than last year.*» « – *Darling, you haven't counted Auntie Marge's present, see, it's here under this big one from Mommy and Daddy.*» « – *All right, thirty-seven then,*» said Dudley, going red in the face. Aunt Petunia obviously scented danger, too, because she said quickly, « – *And we'll buy you another two presents while we're out today. How's that, popkin? Two more presents. Is that all right?*» Dudley thought for a moment. It looked like hard work. Finally he said slowly, «*So I'll have thirty ... thirty...*» « – *Thirty-nine, sweetums,*» said Aunt Petunia. « – *Oh.*» Dudley sat down heavily and grabbed the nearest parcel. «*All right then.*» Uncle Vernon chuckled. «*Little tyke wants his money's worth, just like his father. «Atta boy, Dudley!*» He ruffled Dudley's hair».

Вправа 5: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: парний.

Вид контролю: з боку викладача, взаємоконтроль.

Інструкція: Work in pairs. Analyze the following two examples on the following points:

- language gender markers;
- translation difficulties;
- type of communicative situation.

Translate the abstracts into Ukrainian.

1) « – *Well, we've, uh, we've had a slight problem. There's been a small leak. You need –* ». « – *Leak, Tarrance? Did you say leak? There's no such thing as a small leak. ... I am hanging up.*». There was a long pause. «*A small leak, Tarrance. Sounds like, the dam burst. Tell me about the leak and quick.*». « – *We are in shock, Mitch. God this hurts, Mitch. I want you to know how much it hurts. Voyles is devastated.*». « – *Oh, I'm touched. I'm truly concerned over your shock and pain, Tarrance*».

2) « – *That huge place there?*» – *she cried pointing.* « – *Do you like it?*» « – *I love it, but I don't see how you live there all alone.*» « – *I keep it always full of interesting people, night and day. People who do interesting things. Celebrated people.*».

Вправа 6: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: парний, фронтальний.

Вид контролю: з боку викладача, взаємоконтроль.

Інструкція: А) Make up a dialogue with your partner on the topic “How gender influences the language”. Play it out in front of your classmates.

В) Be a translator and translate the dialogues of your groupmates. Then, define what evaluative and nominative means do they use, what gender markers are there in these texts?

Вправа 7: умовно-комунікативна, рецептивно-продуктивна.

Режим виконання: індивідуальний.

Вид контролю: з боку викладача, самоконтроль.

Інструкція: Find 3 abstracts from the literary works which should be examples of gender stereotypes of gender marked behavior. Analyze its gender and evaluative components. Translate it into Ukrainian

ВИСНОВКИ

У ході дослідження визначено, що гендер являє собою великий комплекс соціальних та психологічних процесів, а також культурних установок, породжених суспільством, які впливають на поведінку національної мовної особистості.

Гендер є особливою категорією, яка характеризує мовну особистість і включає в себе закріплені у свідомості людей образи і різні характеристики індивіда (поведінкові, психологічні, соціальні), що знаходять своє відображення у мові як в одному із засобів формування особистості. Роль гендерного аспекту мови надзвичайно важлива для визначення і опису засобів лінгвістичного відображення у мовленні представників обох статей і соціокультурних елементів, пов'язаних з ним.

В основі уявлень про гендер лежать стереотипи – стандартизовані, схематизовані, спрощені, зазвичай яскраво емоційно забарвлені образи будь-якого соціально-політичного об'єкта (явища, процесу), який має значну стійкість, але фіксує у собі лише деякі, іноді несуттєві його риси. Гендерні стереотипи функціонують у суспільстві, завдяки накопиченому досвіду попередніх поколінь і стійким уявленням щодо поведінки чоловіків і жінок, їх психологічних особливостей, характерів і моральних якостей. Гендерні стереотипи підкреслюють місце та роль обох статей у суспільстві, розкриваючи їхню функцію та поставлені перед ними важливі соціальні завдання.

Вивчення соціально-психологічних особливостей прояву гендерно-обумовленої поведінки дозволило дослідити культурний контекст гендерних стереотипів стосовно образу ділової жінки в українській та американській культурах. Визначено, що українська культура є більш гендерно-стереотипною, традиційною. Образ ділової жінки в українській культурі зазвичай сприймається через призму чоловічих поведінкових моделей, адже бізнес, політика, керівні посади вважаються традиційно «чоловічими» сферами

діяльності. Натомість, сучасне американське суспільство більше просунулося на шляху до досягнення гендерної рівності. Зокрема, американський діловий етикет сприймає жінку як повноцінного учасника ділової комунікації, а дотримання стереотипних етикетних формул у ставленні до жінки на сьогодні вважається у США порушенням ділового етикету.

Прикладом успішної ділової жінки в США стала М. Обама, яка довела, що дружина президента є не просто другорядною фігурою та має сприйматися виключно через призму її впливового чоловіка, а й сама є яскравою, вольовою особистістю. Власне бачення образу ділової жінки як з власної точки зору, так і з точки зору американського суспільства М. Обама виклала у своїй автобіографії «*Becoming*» / «Становлення». Саме ця автобіографічна книга обрана у якості матеріалу для аналізу образу сильної жінки у лінгвокультурі США.

Вивчення лексико-семантичних та стилістичних засобів конструювання образу сильної жінки показало, що у книзі М. Обами «Становлення» образ сильної жінки включає як фемінні, так і маскулінні риси, що виражається на мовному рівні через систему гендерних маркерів. За частиномовною ознакою такі маркери включають займенники першої особи однини, іменники, якісні та відносні прикметники, дієслова. Використовуються й групи стилістично забарвленої лексики, зокрема – емотиви, оцінна лексика, термінологія, культурно-специфічні сталі вирази тощо. Протиставлення жіночої та чоловічої гендерних моделей на мовному рівні реалізується через прийом антитези або протиставлення. Використовуються також okazionalni uтворення, сленг, фразові дієслова, сарказм та іронія, метафори, персоніфікація як стилістичні засоби конструювання образу сильної жінки у тексті автобіографії. Ключовими семантичними блоками образу жінки в автобіографії М. Обами є «*Gender*», «*Family*», «*Nationality*», «*Education / Career*». Саме ці складові утворюють образ американської ділової жінки.

Вивчення семантичних характеристик чуттєво-емоційної та інтелектуально-вольової складових образу сильної жінки показало, що

авторка автобіографії, у першу чергу, звертає увагу на інтелектуальну сферу образу жінки, тобто на семантичне поле «знання-розум». Образ сильної жінки у книзі М. Обама «Становлення» найбільш широко представлений семантичними полями «цікавості-здивування» і «сміливості-відваги» на чуттєво-емоційному рівні, та семантичними полями «знання-розум» та «активність-енергійність» на інтелектуально-вольовому рівні.

У художній літературі гендерні особливості твору можуть входити в семантичну структуру художнього образу у якості складного компонента і впливати на характер його сприйняття та перекладу. Аналіз особливостей перекладу автобіографії М. Обама «Становлення» показало, що для перекладу гендерних особливостей образу сильного жінку використовуються такі перекладацькі прийоми, як: калькування, функціональний еквівалент, прагматична адаптація, транскодування, а також перекладацькі трансформації, такі як нейтралізація, емпатизація, конкретизація та генералізація значення вихідного слова, граматична заміна, прийоми розширення та скорочення вихідної структури, членування та перестановка.

Кількісний аналіз показав, що найбільш частотними прийомами перекладу гендерних особливостей та мовних засобів вираження образу сильної жінки у тексті автобіографії М. Обама «Становлення» є прийом калькування, прийом нейтралізації семантики та стилістики вихідної лексеми, а також прийом членування вихідної структури.

Стратегія передачі гендерного компонента при перекладі художніх творів розробляється з урахуванням гендерного аспекту твору і закономірностей художньої структури тексту і визначається ними.

У роботі також розроблені методичні рекомендації та комплекс вправ для навчання студентів-перекладачів особливостям розпізнавання, аналізу та передачі при перекладі гендерно-маркованих стереотипів та установок з огляду на лінгвістичні, перекладацькі та лінгвокультурні особливості.

Перспективами подальших досліджень може стати більш детальне вивчення значення гендерного компонента в перекладі різних типів текстів –

художнього, публіцистичного, рекламного тощо. Окрім того, актуальним напрямком досліджень може бути порівняння перекладу гендерних маркерів не тільки в контексті англо-українського, але й в рамках українсько-англійського перекладу. Це дозволить також окреслити лінгвокультурний аспект врахування гендерних стереотипів та маркерів при перекладі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агеєва В. Гендерна літературна теорія та критика. Основи теорії гендеру: Навч. посіб. Київ: «К.І. С», 2004. С. 426–445.
2. Агеєва В. Інтелектуальний портрет. Жінка як текст. Київ: Факт, 2002. С. 94–113.
3. Бессонова О. Л. Оцінний тезаурус англійської мови: когнітивний та тендерний аспекти: автореф. дис ... докт. філол. наук: 10.02.04. Київ, 2003. 39 с.
4. Васина А. В. Гендерные стереотипы в анекдотах. Культура народов Причерноморья. Научный журнал. Симферополь, 2004. Т 1. № 49. С. 12 –124.
5. Велівченко В. Ф. Комунікативні стратегії і тактики мовця в сучасному англомовному емотивному дискурсі. Вісн. Черкас. ун-ту. Сер. Філол. науки. 2010. Вип. 193. С. 99–106.
6. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов Вид. «Нова книга», 2003. 160 с.
7. Гнідець У. С. Специфіка комунікації у літературі для дітей та юнацтва (на матеріалі сучасної німецькомовної прози): автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.04. 2008. 18 с.
8. Денисова И. В. Перевод речевого поведения художественных персонажей в контексте гендерного компонента языка (на примере романа В. Вулф «Орландо»). Вестник Челябинского государственного университета. Сер. «Филология. Искусствоведение». 2009. Вып. 38/39 (177). С. 46–48.
9. Дороніна Т. О. Гендерний напрямок у літературознавстві: теоретико-методологічні основи та практика інтерпретацій. Конспект лекцій: гендерний розвиток у суспільстві. Конспекти лекцій. 2-ге вид. Київ: ПЦ «Фоліант». С. 283–351.
10. Дячук Л. Сучасна французька жіноча проза в українських перекладах. Київ, 2016. 191 с.

11. Засєкін С. В. Психолінгвістичні аспекти перекладу: навчальний посібник. Луцьк: ВІЕМ, 2006. 144 с.
12. Зборовська Н. Феміністичні роздуми: на карнавалі мертвих поцілунків. Львів: Літопис, 1999. 336 с.
13. Земская Е., Китайгородская М., Розанова Н. Особенности мужской и женской речи. Москва, 1993. С. 90-136.
14. Земская Е. А., Китайгородская М. В., Розанова Н. Н. О чем говорят и как говорят мужчины и женщины. Русская речь, 1989. № 1. С. 23–31.
15. Екшмідт В. Р. Мовленнєва маніпуляція: персуазивність та сугестія. Мовні і концептуальні картини світу. 2015. Вип. 1. С. 275–281.
16. Кісь О. Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні. 2003. № 27. URL: <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/kis.htm> (дата звернення: 25.10.2020).
17. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. Москва: Изд-во «Институт социологии РАН», 1999. 180 с.
18. Комов О. В. Гендерний аспект перекладу. Актуальні проблеми слов'янської філології. Серія: Лінгвістика і літературознавство: Міжвуз. зб. наук. ст. 2011. Вип. XXIV, Ч. 1. С. 409-417.
19. Корунець І. В. Порівняльна типологія англійської та української мов. Навчальний посібник. Вінниця: Нова Книга, 2003. 464 с.
20. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): підручник. Вінниця: «Нова Книга», 2001. 448 с.
21. Наливайко Л. Р., Грицай І. О. Основи теорії гендеру: юридичні, політологічні, філософські, педагогічні, лінгвістичні та культурологічні засади: монографія. Київ: «Хай-Тек Прес», 2018. 348 с.
22. Олікова М. О., Шкаровецька А. Д. Імплікація та невербальні компоненти комунікації як засоби передачі й декодування інформації. Розділ V. Комунікативна лінгвістика. Луцьк: Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки, 2010. № 7. С. 345–349.

23. Островська О. М. Дієслівні засоби експлікації та імплікації категорії оцінки у художньому дискурсі. Сучасні дослідження з іноземної філології. 2015. Вип. 13. С. 144–150.
24. Плисак Д. В. Художня комунікація VS дискурс: до проблеми співвіднесення понять. Мова: Науково-теоретичний часопис з мовознавства. Одеса: «АСТРОПРИНТ», 2012. № 18. С. 208–211.
25. Помазан О. Гендерні проблеми і мас-медіа. Гендерний аналіз українського суспільства. Київ: Златограф, 1999. С. 91-109.
26. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля, 2010. 844 с.
27. Селіванова О. І. Навчання лівгоетнокультури як одне з найважливіших питань університетського перекладознавства. Вісник Сумського державного університету. Серія: Філологічні науки. Суми: Видавництво СумДУ, 2003. № 4 (50). С. 217-219.
28. Семенюк І. С. Типологія комунікативних ситуацій. Наукові записки Житомирського державного університету імені Івана Франка. Серія: Філологія. 2008. № 10. С. 190–194.
29. Токарева Е. Н. Специфика выражения оценки в гендерном дискурсе: На материале современного английского языка: дис. ... канд. филол. наук: (10.02.04). Уфа: РГБ, 2006. 204 с.
30. Швачко С. О. Теорія перекладу: конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2013. 130 с.
31. Швачко С. О., Анохіна Т. О. Чинники лакуарності у модусах мови, мовленні та мовленнєвій поведінці. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2016. №6(331). С. 5-11.
32. Чередниченко О. Д. Міжкультурні аспекти перекладу. Мовні і концептуальні картини світу: Мови, культури та переклад у контексті Європейського співробітництва. Київ, 2001. С. 485–490.
33. Чередниченко О. І. Про мову і переклад. Київ: Либідь, 2007. 248 с.

34. Черноватий Л., Ковальчук Н. Система вправ і завдань для навчання усного послідовного перекладу. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов, (86), 2018. С. 167-174.
35. Черноватий Л. М., Червінко Л. М. Система вправ для навчання послідовного перекладу з опорою на систему перекладацького скоропису. Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Умань, 2013. № 3. С. 338–348.
36. Bassnett-McGuire, S. Translation studies. London & New York: Methuen. 1980. 178 p.
37. Black E. Pragmatic Stylistics. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006. 166 p.
38. Brislin, R. W. Translation: application and research. New York: Gardner Press Inc., 1976. 228 p.
39. Catford J. C. A linguistic theory of translation. London: Oxford University Press, 1984. 259 p.
40. Gudmanyán A. G. Basics of Translation Theory. Kyiv: NAU, 2007. Part II. 114 p.
41. Gutt E. Translation and relevance: cognition and text. Oxford: Blackwell Publishers, 2000. 271 p.
42. Hatim B. Translation: An Advanced Resource Book. London, NY: Routledge Taylor & Francis Groupe, 2004. 373 p.
43. Flotow L. von. Translation and Gender. Translating in the Era of Feminism. Manchester, 1997. 114 p.
44. Leonardi V. Gender and Ideology in Translation: Do Women and Men Translate Differently? Bern: Peter Lang AG, 2007. 323 p.
45. Pym A. What Technology Does to Translating. Translation and Interpreting. Vol. 3. No 1, 2011. Pp. 1-9.
46. Rubchak, Marian. Evolution of a Feminist Consciousness in Ukraine and Russia. The European Journal of Women's Studies. Vol.8 (2), 2001. Pp.149-160.

47. Schäffner C. Translation as Intercultural Communication – Contact as Conflict. *Translation as Intercultural Communication*. 1997. P. 325–339.
48. Simon Sh. *Gender in Translation: Cultural Identity and the Politics of Transmission*. L.; N.Y., 1996. 194 p.
49. Sydoruk G. I. *Translation Theory Foundations*. Kyiv: Кондор, 2009. 284 с.
50. Twentier G. *The Positive Power of Praising People*. Chicago: Contemporary Books, Chicago, 1998. 202 p.
51. Venuti L. *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. London, N.Y.: Routledge, 1995. 353 p.

СПИСОК ДОВІДКОВИХ ДЖЕРЕЛ

52. BaÑer M., Saldanha G. *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. Routledge, 2009. 704 p.
53. Cambridge Advanced Dictionary & Thesaurus. URL: <http://dictionary.cambridge.org/> (дата звернення: 25.10.2020).
54. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата звернення: 25.10.2020).
55. *Longman Grammar of Spoken and Written English*. Pearson Education Limited, 1999. 1202 p.
56. *Oxford Advanced Learner's Encyclopedic Dictionary*. Oxford: OUP, 1995. 1081 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

57. Обама М. Становлення. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/2896000-prosto-sluhaj-misel-obama-stanovlenna.html> (дата звернення: 25.10.2020).

58. Обама М. Становление. URL: http://loveread.ec/view_global.php?id=82906 (дата звернення: 25.10.2020).

59. Обама М. Becoming. URL: <https://nairalearn.com/wp-content/uploads/2018/07/Download-Becoming-Michelle-Obama.pdf> (дата звернення: 25.10.2020).

Summary

The **object** of research is the features of reflecting the gender characteristics of the image of a strong woman on the material of Obama's book "Formation". The subject of research - methods of translating gender features of the image of a strong woman on the material of Obama's book "Formation".

The **aim** of the study is to identify gender features of the image of a strong woman on the material of Obama's book "Formation" and methods of their translation into Ukrainian.

Setting such a goal of the study involves solving the following tasks:

- 1) define the concepts of gender, stereotype and gender stereotype;
- 2) to characterize the socio-psychological features of the manifestation of gender-conditioned behavior;
- 3) to identify lexical and semantic features of creating the image of a strong woman;
- 4) analyze the semantic characteristics of sensory-emotional and intellectual-volitional components of the image of a strong woman;
- 5) to determine the peculiarities of the application of translation transformations for the translation of nominations of the image of a strong woman;
- 6) to develop a method of teaching translation using nominations to denote the image of a strong woman.

The concept of "gender" as an independent category emerged in linguistics only in the 80s of the twentieth century, getting into this field from other social sciences, such as history, sociology and psychology.

Quite often the term "gender" is used as a synonym for the word "sex", although most scholars distinguish them. In general, the concept of "gender" was introduced into the scientific community in order to draw a line between the concepts of biological sex (*sexus*) and social and cultural implications, which includes the concept of male - female: distribution of roles, cultural traditions, power relations. language with a person's gender, etc.

Thus, if gender characterizes the genetic affiliation of an individual to one of two categories, then gender means gender is a product of education and influence culture, ie a kind of "social sex" of man.

The definition of gender is closely related to categories such as femininity / masculinity. Masculinity (from the Latin *masculus* - "male") means a set of somatic, mental and behavioral features (secondary sexual characteristics) that identify a person as a male subject. Instead, femininity (from the Latin *femina* - "woman") is the same set of characteristics and features inherent and characteristic of a woman.

The study identified that gender is a large set of social and psychological processes, as well as cultural attitudes generated by society that influence the behavior of the national language personality.

The study of socio-psychological features of the manifestation of gender-based behavior allowed us to explore the cultural context of gender stereotypes about the image of a business woman in Ukrainian and American cultures. It is determined that Ukrainian culture is more gender-stereoty, traditional. The image of a business woman in Ukrainian culture is usually perceived through the prism of male behavioral models, because business, politics, leadership positions are traditionally considered "male" areas of activity. Instead, modern American society has come a long way toward achieving gender equality. In particular, American business etiquette perceives a woman as a full participant in business communication, and adherence to stereotypical etiquette formulas in relation to women is currently considered a violation of business etiquette in the United States.

An example of a successful business woman in the United States was M. Obama, who proved that the president's wife is not just a minor figure and should be perceived solely through the prism of her influential husband, but she herself is a bright, strong-willed person. Obama set out her own vision of the image of a business woman, both from her own point of view and from the point of view of American society, in her autobiography *Becoming*. This autobiographical book was chosen as material for the analysis of the image of a strong woman in US linguistics.

The study of lexical-semantic and stylistic means of constructing the image of a strong woman showed that in Obama's book "Formation" the image of a strong woman includes both feminine and masculine features, which are expressed at the language level through a system of gender markers. On a part-of-speech basis, such markers include first-person singular pronouns, nouns, qualitative and relative adjectives, and verbs. Groups of stylistically colored vocabulary are also used, in particular - emotives, evaluative vocabulary, terminology, culturally specific constant expressions, etc. The opposition of female and male gender models at the language level is realized through the reception of antithesis or opposition. Occasional formations, slang, phrasal verbs, sarcasm and irony, metaphors, personification as stylistic means of constructing the image of a strong woman in the text of the autobiography are also used. The key semantic blocks of the image of a woman in Obama's autobiography are "Gender", "Family", "Nationality", "Education / Career". It is these components that form the image of the American business woman.

The study of the semantic characteristics of the sensory-emotional and intellectual-volitional components of the image of a strong woman showed that the author of the autobiography, first of all, pays attention to the intellectual sphere of the image of a woman, ie the semantic field "knowledge-mind". The image of a strong woman in Obama's book "Formation" is most widely represented by the semantic fields of "curiosity-surprise" and "courage-courage" on the sensory-emotional level, and the semantic fields of "knowledge-mind" and "activity-energy" on the intellectual volitional level.

In fiction, the gender characteristics of the work can be included in the semantic structure of the artistic image as a complex component and affect the nature of its perception and translation. Analysis of the peculiarities of the translation of Obama's autobiography "Formation" showed that to translate the gender features of the image of a strong woman using such translation techniques as: tracing, functional equivalent, pragmatic adaptation, transcoding, as well as translation transformations such as neutralization, emphatization and concreteness. generalization of the meaning of the original word, grammatical replacement, methods of expanding and reducing the original structure, articulation and permutation.

Quantitative analysis showed that the most frequent methods of translating gender features and language means of expressing the image of a strong woman in the text of Obama's autobiography "Formation" are the technique of tracing, neutralization of semantics and stylistics of the original token, and the method of articulation of the original structure.

The strategy of transferring the gender component in the translation of works of art is developed taking into account the gender aspect of the work and the laws of the artistic structure of the text and is determined by them.