

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с.
2. Chollet I., Robert J.-M. Les expressions idiomatiques. Paris : Cle International, 2008. 224 p.
3. Collins Easy Learning French Idioms: Trusted support for learning. Glasgow : HarperCollins Publishers, 2010. 256 p.
4. Kravtsov S. Dictionnaire russe-français des locutions idiomatiques équivalentes. Paris : L'Harmattan, 2005. 248 p.
5. Siefiring J. Oxford Dictionary of Idioms. Oxford : Oxford University Press, 2004. 340 p.
6. Гумбольдт В. фон. О различии строения человеческих языков и его влияния на духовное развитие человечества. *Избранные труды по языкознанию*. Москва : Прогресс, 1984. URL: http://genhis.philol.msu.ru/article_189.shtml (дата звернення 05.07.2021).
7. Meyer E. The Culture Map. Breaking Through the Invisible Boundaries of Global Business. New York : Public Affairs, 2014. 288 p.
8. Comment le travail en France est-il perçu par les étrangers ? *Welcome to the jungle* : web-site. URL: <https://www.welcometothejungle.com/fr/articles/travailler-france-nationalites-differentes> (дата звернення 12.07.2021).
9. Bartnik M. Les Français préfèrent faire le ménage que travailler. *Le Figaro*. URL: <https://www.lefigaro.fr/vie-bureau/2011/11/09/09008-20111109ARTFIG00849-le-travail-moment-le-moins-agreable-de-la-vie.php> (дата звернення 10.07.2021).

УДК 81'27

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.17-2.10>

ВІЙСЬКОВО-ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ДИСКУРС В АСПЕКТІ ГЕНДЕРНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ

MILITARY JOURNALISTIC DISCOURSE IN THE ASPECT OF GENDER ISSUES

Мокрій Я.О.,

*orcid.org/0000-0002-4069-6036*старший викладач кафедри філології, перекладу та стратегічних комунікацій
Національної академії Національної гвардії України

Статтю присвячено вивченню військово-публіцистичного дискурсу в аспекті гендерної проблематики. Розглянуто поняття «гендер». Гендер інтерпретується як соціальна стать, екзистенційний конструкт, що синтезує культурне та біологічне у людині, зумовлений і створений її соціокультурним оточенням. Гендерні ознаки – це сутнісні прояви пізнання світу крізь призму чоловічої та жіночої свідомості, які виявляють особливості номінативної та комунікативної діяльності чоловіків і жінок, зумовлені статтю, особливостями мовленнєвої діяльності та мовленнєвої поведінки. Доведено, що гендерні ознаки мають національно-культурне підґрунтя, яке виражається у гендерних стереотипах. Гендерні стереотипи вербалізуються у значеннях мовних одиниць. Розглянуто поняття публіцистичного дискурсу. Під публіцистичним дискурсом розуміють мовленнєво-мисленнєву діяльність, здійснювану в межах друкованих засобів масової інформації, гендерне підґрунтя якої має два плани: лінгвальний і лінгвокогнітивний. Доведено, що дослідження мовних гендерних особливостей військово-публіцистичного дискурсу є перспективним напрямом розвитку лінгвістики, який дає багатий матеріал для вивчення особливостей військового дискурсу. Необхідність таких досліджень зумовлюється чіткою гендерною забарвленістю військової комунікації через виключну маскулітність військової сфери. Маскулінність у військовій субкультурі проявляється у вихованні культу сили, мужності, агресивності, духу змагання і суперництва за принципом «якщо не ти переможеш, тоді переможуть тебе». Крім того, люди, котрі свідомо обирають професію військового, мають вищий ступінь войовничості й агресивності характеру, ніж інші представники суспільства. Всі ці особливості відбиваються на мовних засобах, які використовуються у військово-публіцистичному дискурсі.

Ключові слова: публіцистичний дискурс, маскулітність, гендер, військова комунікація, гендерні особливості.

The article is devoted to the study of military journalistic discourse in the aspect of gender issues. The concept of "gender" is considered. Gender is interpreted as a social sex, an existential construct that synthesizes the cultural and biological in person, which is conditioned and created by his socio-cultural environment. Gender characteristics are essential manifestations of cognition of the world through the prism of male and female consciousness, which reveal the features of nominative and communicative activity of men and women due to gender, features of speech activity and speech behavior. It is proved that gender features have a national-cultural basis, which is expressed in gender stereotypes. Gender stereotypes are verbalized in the meanings of language units. The concept of journalistic discourse is considered. Journalistic discourse

is understood as speech-thinking activity carried out within the print media, the gender basis of which has two plans: lingual and linguocognitive. It is proved that the study of linguistic gender features of military journalistic discourse is a promising direction in the development of linguistics, which provides rich material for the study of the features of military discourse. The need for such research is due to the clear gender color of military communication due to the exceptional masculinity of the military sphere. Masculinity in the military subculture is manifested in the education of a cult of strength, courage, aggression, a spirit of competition and rivalry on the principle "if you do not win, then you will be defeated". In addition, people who consciously choose the military profession have a higher degree of militancy and aggression than other members of society. All these features are necessarily reflected in the linguistic means used in military journalistic discourse.

Key words: journalistic discourse, masculinity, gender, military communication, gender features.

Постановка проблеми. Вивчення гендерної проблематики у мовознавстві та перекладознавстві стає одним із пріоритетних напрямів досліджень сучасних вітчизняних і зарубіжних учених. Метою таких праць є встановлення певних особливостей у зіставленні однієї мови з іншими чи одного вихідного тексту з іншим. Крім цього, питаннями мовлення як ідентифікатора індивідуальних характеристик особистості займалися і продовжують займатися як українські, так і іноземні лінгвісти.

Гендерна проблематика у лінгвістичній науці розробляється достатньо широко, проте сьогодні дослідники-лінгвісти не вивчали мовні аспекти реалізації гендерного фактору у військовій сфері діяльності, зокрема у військовій публіцистиці, яка представляє гендерну ситуацію в армії цивільній громаді своєї нації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження мовних гендерних особливостей військово-публіцистичного дискурсу є перспективним напрямом розвитку лінгвістики, що дає багатий матеріал для вивчення особливостей військового дискурсу. Необхідність таких досліджень зумовлюється чіткою гендерною забарвленістю військової комунікації через виключну маскуліність військової сфери. Одним із перших науковців, хто звернув увагу на те, що гендер відіграє одну із ключових ролей у відображенні мовної компетенції індивіда, був С.В. Засєкін [1]. Також над проблемою мовних гендерних особливостей працювали А.В. Кириліна, Є.А. Земська, М.А. Китайгородська, Н.М. Розанова, Т.Г. Лук'янова та ін. [2–4].

Сьогоднішній етап розвитку багатьох армій світу демонструє зміни у військовій гендерній ситуації, а це неминує має відбиватися на мовних засобах її репрезентації. Це залишається поза увагою дослідників. Викладене зумовлює актуальність теми.

Постановка завдання. Мета роботи – виявити особливості військово-публіцистичного дискурсу в аспекті гендерної проблематики.

Виклад основного матеріалу. Гендер – це соціальна стаття, екзистенційний конструкт, котрий синтезує культурне та біологічне в людині,

зумовлений і створений її соціокультурним оточенням. Гендерна проблематика є насправді набагато ширшою, різноманітнішою за дослідження дискримінації жінок у різних сферах людського буття. Гендер у мовознавстві (як, власне, і сам інструмент гендеру) – складний і перспективний об'єкт дослідження, інтерес до якого зростає пропорційно збільшенню наукових розробок і праць із цієї проблематики. Від гендерних відмінностей не втекти: вони закладені у природі людини, підтримуються й ініціюються наявними соціальними нормами та настановами. Мова, відображаючи всі поняття, які існують у реальному світі, виявляє і водночас використовує гендерні відмінності. Цей баланс склався у процесі тривалого формування мовної системи, становлення національно-культурних норм, тому гендерні дослідження мають охоплювати всю суперечливу динаміку процесу історичного становлення мови.

На відміну від поняття статі як сукупності анатомо-біологічних особливостей, поняття гендеру було введено у соціологічних дослідженнях для позначення соціокультурного конструкта, який суспільство «надбудовує» над фізіологічною реальністю. Поняття гендеру позначає не тільки процес виявлення суспільством розбіжностей у чоловічих і жіночих ролях, поведінці, ментальних та емоціональних характеристиках, а й сам результат – соціальний конструкт гендеру. Конструювання гендерних відмінностей відбувається через певну систему соціалізації (котра виховує різні навички та психологічні якості у дівчаток і хлопчиків), розподіл праці між чоловіками та жінками і прийняті у суспільстві культурні норми, ролі та стереотипи. Гендерні ролі та норми не мають універсального змісту і значно відрізняються у різних суспільствах.

Під впливом особливостей суспільного устрою в українській мові сформувалися ознаки гендерної маркованості на всіх рівнях мови, що виявляється у пріоритетності чоловічої статі, певній домінації чоловічих номінацій над жіночими.

Хоча в різних суспільствах чоловічі та жіночі ролі можуть бути різними, у всіх діє одне правило: те, що вважається за чоловіче, маркується суспільством як пріоритетне і домінуюче; все, що

вважається жіночим, визнається вторинним і підлеглим. Так була з'ясована одна з особливостей гендерних ролей і відносин – вони конституують (стверджують) домінування у суспільстві маскулінного і придушення фемінного.

Гендер, таким чином, виявляється одним із базових принципів соціальної стратифікації. Іншими такими принципами виступають етнічність (національність), вік, соціальна належність [5].

Поняття дискурсу є одним із центральних у сучасній когнітивній лінгвістиці. Сучасні уявлення про дискурс віддзеркалюють увесь хід лінгвістичної науки. У першій половині ХХ ст. мовознавство протягом досить тривалого періоду було зосереджене на вивченні однієї із двох діалектично зв'язаних сторін мови – мовної системи, але, починаючи із другої половини 60-х рр., центр уваги лінгвістів переноситься на іншу сторону цієї діалектичної єдності – мовленнєву діяльність і її продукт – дискурс.

Дискурс можна розглядати як мовленнєво-комунікативну діяльність, що протікає у широкому соціокультурному контексті та є сукупністю процесу і результату, частину мовленнєво-комунікативного процесу, у якому індивіди конструюють власні смисли. Окрім суто лінгвального, дискурс має зовнішній екстралінгвальний і внутрішній лінгвокогнітивний вимір. Встановлено, що зовнішній екстралінгвальний вимір дискурсу відбиває комунікативну ситуацію в усьому розмаїтті її антропоцентричних, етнографічних, соціологічних, психологічних, культурологічних складових частин, а внутрішній лінгвокогнітивний контекст постає ментальним відображенням зовнішнього.

Дискурс періодичних видань, тобто публіцистичний дискурс відрізняється низкою синтаксичних особливостей. У ньому багато експресивних конструкцій, які дуже рідко з'являються у науковій мові та взагалі відсутні в офіційно-діловій. Лінгвальний план публіцистичного дискурсу проявляється у його мовних засобах, серед яких найбільший інтерес для нас становлять такі, які репрезентують стереотипні уявлення про маскуліність і фемінінність у лінгвокультурі відповідної нації. Мовні засоби публіцистичного дискурсу концентруються на формуванні таких аспектів висловлювання, як інформування та вплив. Інформаційна орієнтація публіцистичного дискурсу пов'язана з документальністю, об'єктивністю, фактуальним викладом інформації, офіційністю, логічністю й аргументативністю. Аспект впливу проявляється через оцінку, авторське ставлення до змісту висловлювання, імпера-

тивність, образність. Фахівці звертають увагу на те, що тексти публіцистичного дискурсу як частина масової комунікації, з одного боку, відображають стереотипи масової свідомості, а з іншого – формують їх, нав'язуючи індивіду певні смаки, життєві пріоритети, моделі поведінки, у т. ч. мовленнєвої. Під публіцистичним дискурсом розуміємо мовленнєво-мисленнєву діяльність, яка здійснюється в межах друкованих засобів масової інформації та має два плани: лінгвальний і лінгвокогнітивний, що реалізуються в основній формі організації та продукті цієї діяльності – тексті. Протягом останнього часу публіцистичний дискурс викликає особливий інтерес як сфера маніпулювання масовою свідомістю. Найважливіша роль у цьому процесі належить мові, яка, сама не маючи влади, отримує її, коли регулярно використовується людиною в повсякденному житті. Беручи до уваги роль мови у концептуалізації та класифікації людського досвіду, за словами О.С. Кубрякової, стає зрозумілим, що ті, хто створює символи та наділяє їх значенням, володіють великими перевагами та владою [6].

Останнім часом, наприклад, широко поширилася феміністська критика мови. Результати діяльності феміністів не можуть не фіксуватися у публіцистичному дискурсі, що є проявом масової культури та відіграє вирішальну роль у відтворенні стереотипів масової свідомості, включаючи гендерні стереотипи. Головними комунікативними стратегіями, які зумовлюють вибір суспільно усвідомлюваних мовних засобів різних рівнів, характерних для публіцистичного дискурсу, є інформування та вплив. Реалізація цих стратегій зумовлює наявність однієї з головних ознак публіцистичного дискурсу – регулярного чергування і контрастування стандартизованих та експресивних мовних засобів. Експресивність має за мету емоційний та естетичний вплив на адресата. Стандартизація, що ґрунтується на відтворенні мовних засобів, які денотативно співвідносяться з регулярно повторюваними фактами та явищами суспільно-культурного життя, є одним із засобів ідеологічного впливу, що нав'язує адресату певні стереотипи.

Публіцистичний дискурс, котрий відображає сучасний стан суспільства, є актуальним комунікативним контекстом для вивчення особливостей функціонування гендерних стереотипів. На когнітивному рівні гендерні стереотипи визначаються як найзагальніші уявлення про якості, атрибути, моделі поведінки та соціальні ролі, сумісні або несумісні з образом типового чоловіка або жінки у свідомості певного лінгвокультурного соціуму на конкретному історичному етапі його розвитку.

На мовному рівні гендерні стереотипи розглядаються як системи знаків, що репрезентують етно-соціокультурні уявлення про типового чоловіка або жінку за певної передбачуваності асоціативних зв'язків. Дослідження мовної репрезентації гендера у публіцистичному дискурсі проводилися на матеріалі англomовної публіцистики [7].

Результати аналізу мовної гендерної репрезентації дозволяють дослідити реалізацію патріархатних стереотипів на різних мовних рівнях. У дискурсі маркери морфо- та лексико-семантичного рівнів, які позначають референтів-жінок, на відміну від чоловічих, несуть у собі переважно негативні конотації. Маркування референта-жінки відбувається лише за умови комунікативної необхідності для запобігання зриву комунікації. На граматико-семантичному рівні патріархатні стереотипи проявляються у використанні займенника *he* у загальнородовому значенні. Після статусних і професійних мовних гендерних репрезентацій переважно вживається займенник *he*, що реалізує патріархатне уявлення про стать осіб, котрі мають високий соціальний статус або престижну професію. Із займенниками та займенниковими сполуками, що не асоціюються з індивідом певної статі, розповсюджені «антисексистські» варіанти *they* і *he or she*.

Розбіжності у результатах мікродіахронічного аналізу функціонування мовних одиниць, які репрезентують гендер в американському та британському публіцистичному дискурсі на трьох часових зрізах (60-і рр., 70–80-і рр., 90-і рр. XX ст. – поч. XXI ст.), демонструють вплив соціальних чинників на мову, а саме дозволяють проаналізувати динаміку змін у виборі мовних засобів під дією руху політкоректності та феміністської лінгвістики. Мають місце суперечливі тенденції: з одного боку, поширюються «політично коректні» засоби мовної репрезентації гендера, а саме, альтернативні варіанти одиниці *man* (*men*), складних номінацій із компонентом *man-* на початку слова й анафоричного займенника *he*, а з іншого – зростає частотність складних номінацій із компонентом *-man* наприкінці слова. Головним фактором, що зумовлює поширення «антисексистських» альтернатив, є усвідомлення комунікантами ідеологічної навантаженості «андроцентричних» одиниць. Іншим фактором є характер мовної системи, яка демонструє певний консерватизм навіть на найвідкритіших своїх ділянках, виключаючи розповсюдження тих альтернатив, що не відповідають принципу мовної економії.

Також на матеріалі англomовного публіцистичного дискурсу досліджувалися гендерно мар-

ковані атрибутивні сполучення (ГМАС) [4]. Було виявлено декілька типів таких сполучень, які відбивають гендерні ознаки: природно-естетичні, природно-геологічні та природно-фізіологічні.

– Природно-естетичні ГМАС позначають властивості зовнішності референта, що підлягають естетичній оцінці в термінах «красиво – потворно», пор.: *raven-maned beauty, boring blonde babes, tough diamond, young god, self-important beau* тощо.

– Природно-телеологічні ГМАС відбивають інтелектуальний, вольовий, фізіологічний потенціал референта і підлягають телеологічній оцінці в термінах «ефективно – неефективно», пор.: *driving force, highly-achieving high flyer, tough negotiator, self-educated intellectual* тощо.

– Природно-фізіологічні ГМАС відображають вікові, фізичні властивості референта, які підлягають естетичній оцінці, пор.: *wild animal, frail and weak 74-year-old, outrageous blonde, formidable tennis machine* тощо.

Військово-публіцистичний дискурс відрізняється від інших видів публіцистики тим, що його домінантою є офіційність, чіткість подання інформації, жорстка, без зайвого емоційного забарвлення регламентованість висловлювань.

Г.М. Стрелковський виокремлює такі види текстів у військовому дискурсі: військово-науковий, військово-технічний, військово-інформаційний і військово-публіцистичний. [8] На відміну від інших жанрів військової літератури, військово-публіцистичний текст повинен не тільки й не стільки повідомляти, інформувати про щось, скільки сприяти розумінню суспільних процесів, що відбуваються у світі. Інформуючи про ті або інші події, тексти цього жанру одночасно повинні впливати на реципієнтів, формувати їхнє ставлення до цих подій і сприяти створенню певних переконань.

Отже, у текстах цього жанру емоційно-експресивна сторона вираження думок відіграє досить істотну роль, але в цьому типі дискурсу намагаються уникати спеціальних емоційно забарвлених виразів і мовних зворотів. Емоційність та експресивність тут досягаються непрямыми засобами, а саме таким викладом, за якого слова починають діяти не тільки на розум, але й на емоційну сферу людської психіки.

Цей ефект досягається головним чином за рахунок багаторазового повторення однієї й тієї самої думки, але з використанням різної лексики з поступовим залученням додаткової аргументації, що створює відчуття деякого нагнітання атмосфери, надаючи викладу експресивний

характер і переводячи розуміння змісту у сферу емоційного сприйняття, що сприяє формуванню певних переконань.

У сучасній культурі більшості країн світу зберігається закладене в давнині уявлення про армію та військову справу як про суто чоловічу справу. Армія, особливо вітчизняна, досі залишається досить закритою для жінок. Жінки, котрі обіймають у вітчизняній армії високі посади та мають високі звання, є рідкістю, винятком із правила. Переважна більшість жінок в армії працюють у допоміжних службах і мають звання, не вищі за прапорщика, тобто займають у службовій ієрархії найнижчі сходинки. Маскулінність у військовій субкультурі проявляється у вихованні культури сили, мужності, агресивності, духу змагання і суперництва за принципом «якщо не ти переможеш, тоді переможуть тебе». Крім того, люди, котрі свідомо обирають професію військового, мають вищий ступінь войовничості й агресивності характеру, ніж інші представники суспільства. Всі ці особливості відбиваються на мовних засобах, які використовуються у військово-публіцистичному дискурсі [9, с. 144–147].

Висновки. У сучасному мовознавстві існує багато напрямів досліджень проблем гендерних особливостей, серед яких виявлення семантичних особливостей та особливостей у використанні одиниць усіх мовних рівнів, відмінностей у сфері вербальних стереотипів сприйняття чоловіків і жінок, розбудова психолінгвістичних теорій, у яких «жіноча» та «чоловіча» мови розглядаються в аспекті особливостей мовленнєвої поведінки жінок і чоловіків та когнітивне

пояснення виявлених показників. З огляду на активне функціонування гендерного фактору у мові та велику актуальність згаданої теми лінгвісту слід урахувати наявні доробки з різних напрямів гендерних досліджень у мовознавстві та приділяти особливу увагу виявленню, фіксації й аналізу мовних і мовленнєвих модифікацій, пов'язаних зі зміною уявлення про рольові функції чоловіків і жінок.

Під публіцистичним дискурсом розуміють мовленнєво-мисленнєву діяльність, здійснювану в межах друкованих засобів масової інформації, гендерне підґрунтя якої має два плани: лінгвальний і лінгвокогнітивний. Лінгвальний план проявляється у мовних засобах, які репрезентують стереотипні уявлення про маскулінність і фемінінність у лінгвокультурі відповідної нації, а лінгвокогнітивний відбиває комунікативну ситуацію в усьому розмаїтті її соціологічних, психологічних, культурологічних складових частин. У військовому дискурсі науковці виокремлюють такі види текстів: військово-науковий, військово-технічний, військово-інформаційний і військово-публіцистичний. Необхідність дослідження мовних гендерних особливостей саме цього дискурсу зумовлюється чіткою гендерною забарвленістю військової комунікації через виключну маскулінність військової сфери, адже у більшості країн світу армія – це суто чоловіча справа.

Перспективою дослідження є виявлення гендерних ознак англійських і французьких військово-публіцистичних текстів і засобів їх адекватного відтворення у перекладі українською мовою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Засєкін С.В. Психолінгвістичні аспекти перекладу. Луцьк, 2006. 144 с.
2. Кириліна А.В. Гендер: лінгвістичні аспекти. Москва, 1999. 240 с.
3. Земська Є.А., Китайгородська М.А., Розанова Н.М. Особенности мужской и женской речи. *Русский язык в его функционировании* / под ред. Е.А. Земской и Д.Н. Шмелева. Москва, 1993. С. 90–36.
4. Лук'янова Т.Г. Об'єктивація гендерних стереотипів англійськими атрибутивними сполученнями, що позначають природні характеристики людини. Харків : ХНУ ім. Каразіна, 2007. 96 с.
5. Каменская О.Л. Гендергетика – наука будущего. *Гендер как интрига познания*. Москва : Рудомино, 2002. С. 13–19.
6. Кубрякова Е.С. О тексте и критериях его определения. *Текст. Структура и семантика*. Москва, 2001. Т. 1. С. 72–81
7. Дудолодова О.В. Динаміка мовної репрезентації гендера в англійському публіцистичному дискурсі (друга половина ХХ ст. – початок ХХІ ст) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків : Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2003. 199 с.
8. Стрелковский Г.М. Теория и практика военного перевода : Немецкий язык. Москва, 1979. 272 с.
9. Мовна комунікація в діяльності сил охорони правопорядку. *Теоретичні засади галузевої комунікації* : монографія. Харків : Академія Внутрішніх Військ МВС України, 2008. С. 144–147.