МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ ПЕРЕКЛАДУ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Кваліфікаційна робота
магістра

на тему: **ГЕНДЕРНА ПРОБЛЕМАТИКА У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ВИСВІТЛЕННЯ В УКРАЇНОМОВНИХ ПЕРЕКЛАДАХ: ЛЕКСИКА, СЕМАНТИКА ТА ПРАГМАТИКА**

Виконав: студент 2 курсу,
групи 8.0354-ап-з
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації
035.041 Германські мови та
літератури (переклад включно) –
перша англійська
освітньо-професійної програми
Мова і література (англійська)
Голик Олександр Сергійович

Керівник доц., д.ф.н Шевченко О. І.
Рецензент доц., к.ф.н. Погонець В.В

Запоріжжя – 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології
Кафедра теорії та практики перекладу з англійської мови
Освітній рівень магістр
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно) – перша англійська
Освітньо-професійна програма Переклад (англійський)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови

_____
«____»_____2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Голику Олександру Сергійовичу
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) «Гендерна проблематика у сучасному англомовному соціокультурному просторі та особливості її висвітлення в україномовних перекладах: лексика, семантика та прагматика»
Керівник кваліфікаційної роботи (проекту) доц., д.ф.н Шевченко О. І.
затверджені наказом ЗНУ від «_13_» __березня____ 2025 року № 398-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту)_01.12.2025

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту)

a) підходи лінгвістів та психологів до гендерної рівності
b) лінгвістична репрезентація гендерної проблематики
c) стилістичні аспекти передачі гендерної проблематики

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) дослідження гендерної проблематики у сучасному англомовному соціокультурному просторі.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	доц., д.ф.н Шевченко О. І.	09.06.2025	09.06.2025
Розділ 1	доц., д.ф.н Шевченко О. І.	04.09.2025	04.09.2025
Розділ 2	доц., д.ф.н Шевченко О. І.	03.10.2025	03.10.2025
Висновки	доц., д.ф.н Шевченко О. І.	31.10.2025	31.10.2025

6. Дата видачі завдання 02.06.2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз; укладання бібліографії	лютий – квітень 2025	виконано
2	Добір фактичного матеріалу	травень 2025	виконано
3	Написання вступу	червень 2025	виконано
4	Написання теоретичного розділу	вересень 2025	виконано
5	Написання практичного розділу	жовтень 2025	виконано
6	Формулювання висновків	жовтень 2025	виконано
7	Проходження нормоконтролю	листопад 2025	виконано
8	Одержання відгуку та рецензії	листопад–грудень 2025	виконано
9	Захист	грудень 2025	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант _____ О.С. Голик
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ О.І. Шевченко
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер Г. О. Хацер

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 102 стор., 89джерел, 1 додаток.

Об'єкт дослідження: гендерна проблематика у сучасному англомовному соціокультурному просторі як комплекс мовних, культурних та ідеологічних явищ, що відображають суспільні уявлення про гендерні ролі, ідентичності та інклюзивність.

Мета роботи:. визначити та проаналізувати закономірності передачі гендерної проблематики англомовних текстів в україномовних перекладах, окреслити труднощі й можливості лексико-семантичної та прагматичної адаптації, а також розробити рекомендації для забезпечення інклюзивності та культурної адекватності перекладу.

Теоретико-методологічні засади: аналіз наукової літератури, синтез, узагальнення, описовий метод, порівняльно-зіставний, семантичний аналіз, прагматичний аналіз, дискурс-аналіз, елементи кількісного аналізу.

Отримані результати: У результаті дослідження проаналізовано теоретичні засади та практичні аспекти гендерної проблематики в сучасному англомовному соціокультурному просторі.

Ключові слова: *лінгвістична репрезентація, гендер, гендерна маркованость, латентні прояви, сленг*

ЗМІСТ

ВСТУП…… 4

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ В МОВНОМУ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧОМУ АСПЕКТІ 9

1.1. Гендерна рівність у науковому дискурсі: підходи лінгвістів та психологів…… 9

1.2. Лінгвістична репрезентація гендерної проблематики……. 13

1.2.1. Лексичні засоби вираження гендерної рівності/нерівності……... 19

1.2.2.Граматичні особливості гендерного маркування…… 22

1.2.3. Стилістичні засоби вираження гендерних відтінків значень……. 24

1.2.4. Латентні прояви гендерної нерівності в мові…….. 27

1.3. Перекладознавчі аспекти відтворення гендерної проблематики в україномовних перекладах…… 31

РОЗДІЛ 2 ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ГЕНДЕРНО МАРКОВАНИХ ОДИНИЦЬ

2.1. Граматичні аспекти вираження гендерності в англомовних та україномовних текстах…….. 38

2.2. Лексико-семантичні особливості гендерно маркованих елементів у перекладі…….. 48

2.3. Стилістичні аспекти передачі гендерної проблематики:……. 58

2.3.1. Метафорика та порівняння ……. 58

2.3.2. Фразеологія та ідіоматика гендерної маркованості…….. 62

2.3.3. Сленгові та емоційно-оцінні лексичні засоби…… 70

РОЗДІЛ 3 ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ ГЕНДЕРНО МАРКОВАНИХ ОДИНИЦЬ 73

3.1. Гендерно марковані займенники та їх передача в перекладі……. 73
3.2. Відображення гендерної проблематики в юридичних та інституційних текстах……. 77
3.3. Виклики та стратегії перекладу гендерно маркованих елементів у різних дискурсах (художній, медійний, академічний)……. 88
ВИСНОВКИ…… 100
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……... 103

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасному глобалізованому світі гендерна проблематика посідає центральне місце в міждисциплінарних дослідженнях, охоплюючи лінгвістику, культурологію, соціологію, філософію та медіазнавство. Англомовний соціокультурний простір, який має значний вплив на формування дискурсивних практик у глобальному масштабі, є полем активної розробки інклюзивної термінології, переосмислення традиційних гендерних ролей та формування нових моделей мовної репрезентації. Особливого значення набуває поява інноваційних лексичних і граматичних форм (*they* у значенні однини, *firefighter, chairperson, non-binary* тощо), що стають не лише мовними новаціями, а й маркерами соціальних трансформацій.

Для українського соціокультурного простору ця проблематика є вкрай актуальною з кількох причин. По-перше, переклад англомовних текстів відіграє важливу роль у процесі глобальної комунікації та культурного обміну. Водночас під час перенесення гендерно маркованих елементів в україномовне середовище виникає низка труднощів, зумовлених граматичною категорією роду, лексико-семантичними асиметріями та прагматичними відмінностями двох мовних систем. По-друге, українська мова перебуває на етапі активного перегляду усталених мовних норм, що стосується як академічного, так і медійного дискурсу, де дедалі більше зростає попит на інклюзивність.

Дослідження лексичних, семантичних і прагматичних аспектів відтворення гендерної проблематики в перекладі є важливим також із соціальної та культурної точки зору. Лексичний рівень відображає проблеми добору відповідників та інклюзивних форм; семантичний — репрезентацію гендерних концептів, що часто мають різну культурну конотацію; прагматичний — особливості впливу перекладу на сприйняття тексту аудиторією, що безпосередньо пов’язано з формуванням суспільних уявлень про гендер.

Крім того, актуальність зумовлена необхідністю критичного аналізу ролі перекладача як посередника між культурами. Перекладач не лише передає значення тексту, а й виступає культурним медіатором, який здатен як зберігати, так і трансформувати гендерні смисли. Це ставить перед дослідниками завдання вироблення методологічних підходів, щопоєднують лінгвістичний аналіз із соціокультурною та ідеологічною чутливістю.

Таким чином, вивчення гендерної проблематики в англомовному просторі та її відтворення в українських перекладах є актуальним, оскільки поглиблює розуміння мовних змін, сприяє розвитку інклюзивних практик і забезпечує ефективну міжкультурну комунікацію.

Об’єкт дослідження: гендерна проблематика у сучасному англомовному соціокультурному просторі як комплекс мовних, культурних та ідеологічних явищ, що відображають суспільні уявлення про гендерні ролі, ідентичності та інклюзивність.

Предмет дослідження: особливості відтворення гендерно маркованих елементів в україномовних перекладах англомовних текстів на лексичному, семантичному та прагматичному рівнях; зокрема, способи адаптації інклюзивної термінології, передача нових гендерних концептів та вплив перекладацьких стратегій на соціокультурне сприйняття тексту.

Мета дослідження: визначити та проаналізувати закономірності передачі гендерної проблематики англомовних текстів в україномовних перекладах, окреслити труднощі й можливості лексико-семантичної та прагматичної адаптації, а також розробити рекомендації для забезпечення інклюзивності та культурної адекватності перекладу.

Завдання дослідження:

- розглянути підходи лінгвістів та психологів до гендерної рівності у науковому дискурсі;

- ознайомитись з лінгвістичною репрезентацією гендерної проблематики;

- визначити лексичні засоби вираження гендерної рівності/нерівності;

- визначити граматичні особливості гендерного маркування;

- проаналізувати стилістичні засоби вираження гендерних відтінків значень;

- виявити латентні прояви гендерної нерівності в мові;
- провести аналіз основних перекладознавчих аспектів відтворення гендерної проблематики в україномовних перекладах.

- виявити граматичні аспекти вираження гендерності в англомовних та україномовних текстах;

- розглянути лексико-семантичні особливості гендерно маркованих елементів у перекладі;

- проаналізувати стилістичні аспекти передачі гендерної проблематики, а саме: метафорику та порівняння, фразеологію та ідіоматику гендерної маркованості і також сленгові та емоційно-оцінні лексичні засоби.

- провести аналіз гендерно маркованих займенників та їх передачу в перекладі;

- виявити відображення гендерної проблематики в юридичних та інституційних текстах;

- підсумувати виклики та розробити стратегії перекладу гендерно маркованих елементів у різних дискурсах (художній, медійний, академічний).

Методи дослідження: аналіз наукової літератури, синтез, узагальнення, описовий метод, порівняльно-зіставний, семантичний аналіз, прагматичний аналіз, дискурс-аналіз, елементи кількісного аналізу.

Інформаційна база дослідження: охоплює наукові праці з лінгвістики, психолінгвістики та гендерних студій, що висвітлюють підходи до розуміння гендерної рівності в мовознавчому та психологічному дискурсі; сучасні дослідження з лексичної, граматичної та стилістичної репрезентації гендерних значень; праці з теорії перекладу, присвячені відтворенню гендерної проблематики в україномовних перекладах. Емпіричну основу становлять англомовні та україномовні тексти різних жанрів (художні, медійні, юридичні, інституційні, академічні), що містять гендерно марковані одиниці, а також їх

переклади. До інформаційних джерел включено словники, корпуси сучасної англійської та української мов, довідкові ресурси, перекладознавчі студії, міжнародні документи щодо гендерної рівності, а також актуальні публікації, що висвітлюють проблематику лексико-семантичних, граматичних, стилістичних та прагматичних аспектів передачі гендерно маркованих елементів у перекладі.

Матеріалом дослідження слугували джерела ЗМІ, наукових досліджень, монографій, підручників і перекладознавчої літератури у загальній кількості: 91 джерело.

Практична значущість дослідження полягає в тому, що воно дає інструменти для точнішого, нейтральнішого й інклюзивнішого використання та перекладу гендерно маркованих мовних засобів, що допомагає уникати стереотипів і підвищує якість комунікації в різних професійних і культурних сферах.

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури.

У вступі подано загальні відомості про дану наукову працю, починаючи від умотивування теми, мети, завдань, актуальності дослідження, визначення об’єкту, предмету та структурування роботи.

У першому розділі здійснено теоретичний аналіз гендерної проблематики, охоплено сучасні наукові підходи до розуміння гендерної рівності.

У другому розділі здійснено аналіз граматичних, лексико-семантичних і стилістичних особливостей перекладу гендерно маркованих одиниць.

У третьому розділі досліджено специфіку передачі гендерно маркованих займенників, особливості репрезентації гендерної проблематики в юридичних та інституційних текстах, а також визначено основні стратегії перекладу таких одиниць у різних типах дискурсу.

У висновках подано узагальнені результати проведеної роботи.

Загальна кількість сторінок 102, кількість використаних джерел 89.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ В МОВНОМУ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧОМУ АСПЕКТІ

1.1. Гендерна рівність у науковому дискурсі: підходи лінгвістів та психологів

Хто саме першим увів термін "гендер" у науковий обіг, достеменно встановити складно. У наукових колах побутує версія, що широке використання цього поняття в соціальних науках пов’язане з Енн Оуклей, яка в 1970-х роках розмежувала поняття "стать" і "гендер". Водночас існує й інша точка зору, за якою термін запровадив американський психоаналітик Роберт Столлер у своїй праці 1968 року «Sex and Gender: On the Development of Masculinity and Femininity». У латинській і англійській мовах слово *gender* має перш за все граматичне значення, яке стосується роду іменників, особливо тих, що позначають істот. Проте в гуманітарних і соціальних науках воно набуло значення, пов’язаного з соціальними, а не біологічними відмінностями між чоловіками та жінками. Отже, гендер варто розглядати не лише як мовну категорію, хоча мовлення й комунікація часто виступають предметом аналізу в контексті гендерної проблематики.

Подібну позицію підтримує й українська дослідниця Тетяна Мельник, яка підкреслює міждисциплінарність поняття гендеру, вказуючи, що він охоплює не лише індивідуальні характеристики чоловіків і жінок, а й соціальну взаємодію між ними як представниками певних демографічних груп. Гендер, на її думку, відображає, яким чином у суспільстві реалізуються ролі жінок і чоловіків. Варто згадати також видання «Словник гендерних термінів» (2002), укладене під редакцією А. Денисової. Цей словник, що

містить 378 термінів, став вагомим внеском у формування гендерного тезаурусу українською мовою й окреслює відмінності між поняттями "стать" і "гендер", що були чітко визначені завдяки розвитку сучасної соціальної науки. Як зазначає Маутнер, зростаюча увага до цієї проблематики показала, що подібностей між чоловіками та жінками значно більше, ніж відмінностей.

На наш погляд, надане твердження видається спрощеним і не відображає реальної картини. Надані відмінності мають вирішальне значення для розуміння гендерної проблематики, оскільки вони визначають специфіку соціальних ролей, очікувань та моделей поведінки, які закріплюються у суспільстві. Подібності, безумовно, існують, проте вони не є достатніми для пояснення складності взаємовідносин між статями, адже саме відмінності формують динаміку взаємодії, впливають на процеси соціалізації та зумовлюють нерівність можливостей у різних сферах суспільного життя.

Початково поняття "гендер" у мовознавстві використовувалося для позначення граматичної категорії роду, яка, однак, не в усіх мовах проявляється очевидно. Проте, як зазначає А. Денисова, це лінгвістичне поняття з часом перейшло в дослідницький апарат інших дисциплін — таких як соціологія, політична наука, історія та філософія. Подібну думку висловлює й О. Селіванова, наголошуючи, що в англо-американській лінгвістичній традиції термін *gender* тривалий час вживався виключно щодо граматичного роду. Тим не менш, ще на початку XX століття було закладено основи для подальших гендерних досліджень у мовознавстві. Це проявилося у працях таких науковців, як Фріц Маутнер (1913), який аналізував мовні особливості, зумовлені статтю мовця, Отто Єсперсен (1922), котрий досліджував мовленнєву поведінку чоловіків і жінок, та Едвард Сепір (1929), який порушував подібні питання у своїх статтях.

Варто зазначити, що ще до появи поняття "гендер" у сучасному розумінні, мовознавство не оминýло тему статі (*sexus*), оскільки мова відображає її через цілу низку лексем, таких як "жінка", "чоловік", "мати",

"батько" тощо. Попри загальноприйнятість терміна "гендер", він усе ще породжує неоднозначність і викликає дискусії щодо його точного змісту.

Так, *Великий тлумачний словник сучасної української мови* під редакцією В. Бусела (2005) подає два визначення: по-перше, як анатомічні відмінності між чоловіками та жінками, і по-друге — як соціальне розмежування, що часто базується на біологічній статі, але не завжди їй відповідає. У цьому ж джерелі "гендерна роль" трактується як зовнішній прояв поведінкових моделей, які слугують для ідентифікації людини з певною статтю.

Інше бачення пропонує *Словник лінгвістичних термінів* за редакцією А. Загнітка, де гендер визначається стисло, але ємко: як сукупність мовних особливостей, характерних для чоловіків і жінок з урахуванням історичних та соціальних факторів (наприклад, схильність жінок до вживання зменшувальних форм), а в соціологічному контексті — як система гендерних ролей і соціокультурних установок, що визначають очікувану поведінку обох статей.

У процесі аналізу було з’ясовано, що гендер є міждисциплінарним поняттям, яке інтегрується в різні гуманітарні галузі — від соціології та філософії до політології, права, психології та культурології. У філологічному просторі гендерні дослідження охоплюють не лише мовознавчі, а й літературознавчі аспекти, що свідчить про широку сферу його застосування та актуальність у сучасному науковому дискурсі.

Проблематика гендерної рівності активно розробляється у сучасному гуманітарному знанні, зокрема в галузі психології, де вона постає як комплексне явище, що охоплює когнітивні, соціальні та емоційні аспекти становлення особистості. Науковий інтерес до гендеру зумовлений як суспільними трансформаціями, так і необхідністю перегляду усталених норм, що формують нерівність між чоловіками та жінками.

Когнітивна психологія зосереджується на тому, як формуються уявлення про гендер і як вони впливають на сприйняття себе та інших. Відповідно до теорії гендерних схем С. Бем, діти засвоюють моделі поведінки, відповідні до

гендерних очікувань, ще в ранньому віці, що суттєво впливає на подальший вибір професій, життєвих стратегій та самопрезентації/

Гендерні стереотипи виступають когнітивними спрощеннями, які організовують досвід, але водночас обмежують індивідуальність, формуючи «гендерну тунельну свідомість».

У межах соціальної психології гендер розглядається як соціальна категорія, що структурує взаємодію між людьми. Основну увагу зосереджено на поняттях гендерної соціалізації, статевої дискримінації та гендерних норм, що підтримують традиційний поділ ролей [Агеєва 2020, с. 55].

Такі явища, як ефект "скляної стелі", стереотипна загроза та асиметрія соціальних ролей активно досліджуються для пояснення нерівного представлення жінок у лідерських позиціях, науці та політиці.[Смолл 2018, с.84]

У соціально-психологічному дискурсі гендерна рівність трактується як динамічний процес утвердження особистості у соціокультурному просторі, вільному від дискримінаційних стереотипів, що обмежують індивіда відповідно до його статі. Дослідники підкреслюють, що сучасна психологія орієнтується на розвиток особистості як активного суб’єкта самотворення, самоздійснення та самовизначення в умовах культурного різноманіття й глобалізації (Г. Балл, М. Боришевський, В. Васютинський, А. Маслоу, В. Роменець, К. Роджерс) [N.Y.C. Admin 2022, с. 177].

Феміністська психологія, сформована під впливом феміністського руху 1970-х років, критикує традиційну психологію за ігнорування жіночого досвіду та нормалізацію патріархальних структур. Її основне завдання — виявлення соціальних механізмів пригнічення та зміна наукової парадигми з урахуванням гендерного виміру [Камінська Н. В., Чернявський С. С., Перунова О. С. 2020, с. 68].

Дослідники наголошують на необхідності включення гендерного підходу до психотерапії, психодіагностики та освітніх програм.

Поняття гендеру, як відзначає В. Кравець, має соціальний вимір і формується не на основі біологічної статі, а як результат взаємодії соціальних, економічних та політичних чинників.

Гендер у цьому розумінні — це не задана характеристика, а конструйований особистістю феномен, що постійно відтворюється у вчинках і поведінці [Кравець В. 2020, с. 99].

Гуманістична психологія трактує гендерну рівність як передумову для досягнення повної самореалізації особистості. За К. Роджерсом, будь-які зовнішні обмеження, включно з гендерними стереотипами, гальмують розвиток «реального Я» [Rogers K. 1974 p. 325]. Визнання унікальності кожної людини та надання свободи вибору особистісного шляху є ключовими для досягнення психологічного благополуччя.

Сучасна гендерна парадигма не заперечує наявності відмінностей між жінками й чоловіками, однак акцент зміщується з фіксації самих відмінностей на спосіб їх соціального осмислення та культурної інтерпретації.

Ключовим є не стільки констатація розбіжностей у статусах і соціальних ролях, скільки виявлення механізмів розподілу влади, форм домінування та впливу політичних інституцій на формування гендерних структур.

Гендерна психологія та соціологія, зокрема, спрямовані на аналіз того, як суспільство конструює гендерні ролі для жінок і чоловіків, відтворюючи через них ієрархію влади, характерну для конкретного соціокультурного контексту.

Сучасна психологічна практика поступово інтегрує принципи гендерної чутливості. Це проявляється у:

- використанні гендерно інклюзивної мови,

- відмові від стереотипних діагностичних схем,

- врахуванні впливу гендерних ролей на поведінку та психоемоційний стан клієнтів.

1.2. Лінгвістична репрезентація гендерної проблематики

У межах сучасної лінгвістичної парадигми, що охоплює історичний, соціальний, системно-структурний та психологічний підходи, простежується істотний дефіцит гуманітарної чутливості.

Наслідком цього є тенденція до деантропологізації мовознавчого знання, що у свою чергу спричиняє небезпеку наукової кризи, втрату гуманітарного статусу лінгвістики та її відчуження від актуальних соціокультурних процесів. В умовах, коли пересічний носій мови не усвідомлює, як саме мова репрезентує його ідентичність, характер взаємодії та світогляд, лінгвістика втрачає не лише суспільну значущість, а й інтерес з боку інших гуманітарних наук.

На цьому тлі особливої актуальності набуває антропоцентрична парадигма, що фокусується на мовній особистості як ключовому об’єкті дослідження. Ця парадигма формується на перетині кількох дисциплін психології, культурології, соціології, когнітології, етнології, семіотики та теорії комунікації. Вона ґрунтується на синергетичному підході до мови як інструмента інтерпретації дійсності, де людина постає як найвища цінність, а свобода – як визначальна умова її буття.

Мовна особистість у межах такого підходу розглядається в усьому багатоманітті її соціальних та індивідуальних характеристик - віку, статі, професії, етнокультурної належності, рівня освіти тощо. Ця змінна мовна поведінка, що реалізується на тлі сталих інваріантів мовної системи, є центральним предметом соціолінгвістики. Як зазначає Клод Ажеж, соціолінгвістика досліджує мовну ідентичність не в її ізольованому вигляді, а у формі множинності образів «іншого» [Ager, 1990, с. 218].

Окреме місце у сучасних лінгвістичних дослідженнях посідає вивчення гендерних параметрів мовної особистості. Цей напрям активізувався внаслідок як зміни наукової парадигми, так і глибинних трансформацій у соціальному середовищі. Зростання інтересу до гендеру як до релевантної

категорії свідчить про прагнення сучасної лінгвістики не лише осмислювати мовну картину світу, а й включати до наукового аналізу етнокультурну специфіку, ментальність та ціннісні моделі, що формують мовну поведінку індивідів різної статі.

Гендерні відносини становлять фундаментальний компонент соціальної організації, оскільки вони відображають системні характеристики суспільства та впорядковують комунікативну взаємодію між мовцями як соціальними суб'єктами. Теоретико-методологічна база гендерної парадигми ґрунтується на чотирьох тісно взаємопов'язаних складових: культурних символах; нормативних настановах, що регулюють інтерпретацію цих символів через релігійні, наукові, правові та політичні дискурси; соціальних інституціях і організаційних структурах; а також механізмах індивідуальної самоідентифікації.

Лінгвістичне втілення гендерних відносин здійснюється шляхом закріплення соціокультурних стереотипів у мовній практиці, що суттєво впливає як на мовну поведінку особистості, так і на процеси мовної соціалізації. Як зазначає Мартинюк А.П., гендерний чинник, який інтегрує біологічну стать та її соціальні проєкції, є однією з ключових ознак особистості, що протягом усього життя визначає як самосприйняття індивіда, так і сприйняття його іншими учасниками соціуму [Мартинюк А. П. 2004. с. 120].

З огляду на це, лінгвістичне осмислення гендерної проблематики реалізується в двох основних векторах. По-перше, мова постає як інструмент дослідження гендеру у межах міждисциплінарного наукового підходу, що сформував окрему сферу – лінгвістичну гендерологію. По-друге, гендерно марковані лінгвістичні студії продукують нові знання про природу мови та особливості комунікації – сферу, яку прийнято називати гендерною лінгвістикою.

Той факт, що значна частина гендерних (у тому числі лінгвістичних) досліджень здійснюється жінками, пояснюється не лише прагненням

репрезентувати жіночий досвід зсередини. Натомість це зумовлено необхідністю осмислення фемінної мовної практики в контексті існування маскулінної комунікативної парадигми. Попри те, що жінки й чоловіки соціалізуються в умовно «різних мовних реальностях», вони залишаються співучасниками єдиної комунікативної системи як у повсякденному житті, так і в академічному дискурсі.

Таким чином, фемінна домінанта в дослідженнях проблематики «гендер і мова» є проявом соціопсихологічної потреби жінок у кооперації та саморепрезентації, що спрямована не на конфронтацію, а на дослідницьке окреслення мовної специфіки жіночого досвіду та рефлексивне пізнання маскулінного світу. Водночас представники обох статей володіють потенціалом здійснювати валідний аналіз мовних практик своїх гендерних спільнот із внутрішньої перспективи.

Апеляція до лексикографічних джерел, передусім соціально та культурно значущих словників, які акумулюють елементи історичної пам’яті нації, має важливе значення для гендерних студій і гармонійно вписується в усталені традиції лінгвістичних досліджень. Особливої уваги потребує підхід до концептів маскулінності та фемінності як до універсальних соціокультурних категорій, що визначають розподіл гендерних ролей і істотно впливають на формування специфіки національної мовної картини світу. Ці категорії фіксують асиметрії у гендерному представленні, що, своєю чергою, впливають на ефективність міжкультурної комунікації.

Академічний словник української мови, а також попередні лексикографічні праці, є цінним джерелом для аналізу мовних номінацій, які стосуються чоловіків і жінок за ознаками професійної належності, статево-рольових характеристик, соціального статусу та граматичної категорії роду. Повні зібрання фразеологічних одиниць, паремій, прислів’їв, крилатих висловів мають бути досліджені з урахуванням гендерної оптики, що передбачає врахування хронологічного аспекту зафіксованих мовних форм і семантичних змін у їхній інтерпретації.

Центральним у такому підході постає аналіз словникових дефініцій із позначками «про чоловіка», «про жінку», «жінкам забороняється» тощо, що потребують критичного осмислення й уточнення в межах сучасного гендерного дискурсу. Традиційні уявлення про чоловічу та жіночу рольову поведінку, зафіксовані в українському фольклорі, зокрема в анекдотах, становлять значний емпіричний ресурс для вивчення лінгвокультурних стереотипів, які формують так звану гендерну концептосферу.

Окремого дослідницького інтересу заслуговує соціопсихологічне сприйняття фемінності в межах української ментальності. Ідея «української екзекутивності» – залежності від зовнішнього стимулювання, орієнтованості на імітаційне, а не креативне начало, що актуалізується через обслуговувальну мовну діяльність, – виявляється, зокрема, у сакралізованому образі жінки-матері. Цей образ, гіпертрофований у свідомості, зокрема українського чоловіка, набуває естетико-поетичного вияву у фразах на кшталт: *«любов до материнства переросла всі видимі межі / і стала ознакою стилю»*.

Гендерні маркери у мовній картині світу репрезентують когнітивне віддзеркалення дійсності крізь призму чоловічого та жіночого бачення. Вони поєднують універсальні та етнокультурно специфічні характеристики, зумовлюючи особливості номінативної та комунікативної діяльності представників обох статей. Соціолінгвістичний компонент гендерної проблематики спрямований на дослідження вербальної поведінки чоловіків і жінок у її усному та писемному виявах, проте ця сфера в межах української лінгвістики залишається недостатньо опрацьованою.

Попри аксіоматичне твердження про тісний зв’язок мовних відмінностей із культурними цінностями конкретних спільнот, українська комунікативна лінгвістика ще не досягла рівня системного дослідження мовних практик у міському й сільському середовищі, не сформувала корпус усної мови, а відповідно – і ґрунтовної хрестоматії живої комунікації. Це створює суттєві труднощі для верифікації тверджень про стереотипи мовної поведінки, особливо в аспекті їхньої гендерної зумовленості.

Відсутність сталої наукової традиції дослідження усної мови з позицій гендерної диференціації ускладнює розвиток цієї парадигми в україністиці. Проте, зважаючи на активізацію міждисциплінарних підходів і загальний інтерес до мовної репрезентації соціальних ідентичностей, можна очікувати посилення уваги до гендерно орієнтованих студій. Це, в перспективі, має компенсувати відставання української комунікативної лінгвістики від провідних європейських та світових наукових тенденцій.

Серед чинників, що гальмують розвиток досліджень, варто згадати поширену російськомовність у міському просторі, суржикомовність значної частини населення, а також недостатню увагу до феномену усного мовлення. Проте, попри це, українська мова активно функціонує в усіх сферах – від офіційного спілкування до побутового, від політичної риторики до спонтанної комунікації. Саме тому особливо актуальним є аналіз характерологічних ознак усного мовлення в гендерному аспекті. Мовні засоби вираження, зокрема ті, що пов’язані з категорією статі, повинні стати предметом системного дослідження з метою з’ясування, наскільки релевантною є стать у контексті фонетичних, лексичних, граматичних, семантичних і асоціативних характеристик усного дискурсу.

Процес формування та представлення гендерно маркованих образів молоді в друкованих засобах масової комунікації характеризується низкою семантико-стилістичних специфік, що зумовлені глибинними філософськими концептами, зокрема ідеєю бінарності людського буття. У дискурсивному просторі медіа бінарна опозиція «чоловік – жінка» виступає ключовим інструментом у формуванні змістових домінант гендерних уявлень та комунікативних стратегій.

Аналіз заголовків публікацій, що тематично фокусуються на питаннях гендеру, здійснюється крізь призму семантико-асоціативного методу, що дозволяє виявити концептуальні й емоційно-оцінні характеристики основних гендерних понять («жінка», «чоловік», «дівчина», «хлопець») та похідних від

них лексичних одиниць. Дослідження цих концептів у контексті медійного дискурсу виявляє як стабільні, так і змінні ознаки гендерної ідентичності.

Водночас перспективною залишається типологізація мовленнєвих актів і жанрів (наказ, прохання, жарт, анекдот, флірт, комплімент, тост тощо) у гендерному аспекті, зокрема з урахуванням лінгвокультурних особливостей різних етномовних середовищ. Наприклад, у німецькомовному середовищі жінки частіше, ніж чоловіки, вдаються до самодистанціювання в гумористичних висловлюваннях, тоді як у російському контексті ця стратегія частіше притаманна чоловікам. У цьому сенсі викликає науковий інтерес етнопсихолінгвістична специфіка мовної поведінки українських чоловіків і жінок, сформована під впливом інтровертних рис національного психотипу.

Відзначається, що українець, потрапляючи в нестандартну ситуацію, схильний уникати публічного вираження себе через страх здаватися смішним, що формує культурно зумовлену потребу в самоіронії як механізмі емоційної адаптації. Така модель поведінки корелює з інтровертно-фемінним уявленням про соціальну реальність, де домінує концепт родинного затишку як ціннісного ядра української ментальності. За межами малої соціальної групи вияв особистісного «Я» значно ускладнений, що прямо впливає на комунікативну динаміку всього соціуму.

Сучасна політична комунікація в Україні також демонструє трансформацію від маскулінного (конфронтаційно-поляризованого) до фемінного (опосередковано-маніпулятивного) типу влади. У цій моделі домінує не зовнішній контроль, а внутрішня регуляція поведінки, що імітує свободу, але водночас програмує індивіда на певні соціальні ролі.

Соціолінгвістичні дослідження української сімейної комунікації мають враховувати визначальний вплив жінки як мовної соціалізаторки у межах первинного соціуму. Саме через мовну взаємодію із матір’ю відбувається засвоєння не лише мовного коду (українська, російська, суржик), але й світоглядних моделей, що формують когнітивний простір майбутнього чоловіка та відтворюються в інституційних практиках.

1.2.1. Лексичні засоби вираження гендерної рівності/нерівності. Окремої уваги потребує гендерна диференціація мовної поведінки в професійному середовищі. Професійна приналежність мовної особистості є важливим фактором, що зумовлює особливості комунікативних стратегій представників різних гендерних груп.

Лексичні засоби, що виражають гендерну нерівність, можна поділити на кілька основних типів:

- Номінації з гендерною асиметрією, наприклад: *вождь — вождиха*, *поет — поетеса*, де жіночі форми часто позначаються зниженою або іронічною конотацією.

- Стереотипізовані лексеми, що відображають традиційні уявлення про гендерні ролі: *сильний чоловік, добувач*, *хороша господиня*.

- Оцінні лексичні одиниці, де вживання фемінітивів часто супроводжується зневажливими або менш престижними відтінками значення: *начальниця, директорка* (як форма, що сприймається менш компетентною в порівнянні з чоловічими формами).

- Фразеологічні одиниці, що демонструють гендерну ієрархію, наприклад: *жіноча логіка*, *чоловіче начало*, *бабські сльози*.

Ці лексичні прояви вказують на стійку асиметрію у відображенні соціальних ролей, де чоловік традиційно сприймається як активний суб’єкт, а жінка — в контексті виконання допоміжних чи обслуговуючих функцій.

Згідно з психологічними дослідженнями, жінки, як правило, характеризуються вищим ступенем екстраверсії, емпатійності, комунікативності та лінгвістичної продуктивності. Вони демонструють більшу емоційну відкритість, здатність до співпереживання і високий рівень мовленнєвої активності. Навпаки, чоловіки більш орієнтовані на автономність, інтелектуальну самодостатність, конкурентність та статусно-рольову ієрархію. Їхнє мовлення відзначається предметністю, стриманістю, фокусом на інформаційній складовій, у той час як жіноче комунікування включає інтерперсональні, емоційні та атмосферні елементи.

Фемінітиви, як мовні одиниці, що позначають жінок за професійною чи соціальною ознакою, є важливим елементом зміни гендерних уявлень у сучасній мові. Зокрема, вони відіграють такі функції:

- Денотативну: позначення жінки за професією чи статусом (наприклад, *науковиця, лікарка*).

- Соціокультурну: фіксація присутності жінок у різних сферах суспільної діяльності, що раніше були доміновані чоловіками.

- Ідентифікаційну: допомагають уникнути мовної невидимості жінок, що традиційно трапляється у чоловічих формах професійних та соціальних термінів.

Попри те, що процес фемініалізації мови активізується, цей процес не є безперешкодним і часто зустрічається з опором частини мовців, які вважають використання фемінітивів неприродним або ненормативним. Така реакція свідчить про глибоко вкорінені патріархальні мовні моделі та стереотипи.

Лінгвогендерні дослідження засвідчують і граматико-лексичну специфіку: чоловіки надають перевагу іменникам і дієсловам, тоді як жінки частіше використовують прикметники та прислівники. Ці спостереження мають слугувати підґрунтям для подальших ґрунтовних досліджень, орієнтованих на розкриття глибинних механізмів мовної соціалізації та концептуалізації гендерної ідентичності в українському культурному просторі.

У сфері лінгвогендерних досліджень встановлено, що мовленнєва продукція чоловіків, як правило, характеризується підвищеною частотністю використання іменників та дієслів, тоді як жінки надають перевагу прикметникам і прислівникам, що свідчить про відмінності у когнітивно-мовленнєвих стратегіях обох статей. Такі лексико-граматичні відмінності зумовлені не лише контекстуальними (зовнішніми) чинниками комунікації, як-от ситуація спілкування чи соціальні ролі, а й глибинними психологічними та соціокультурними детермінантами, що формують внутрішню структуру комунікативного акту.

У світовій мовній практиці спостерігається тенденція до запровадження гендерно нейтральної лексики, що дозволяє уникнути стереотипного підходу до чоловічих і жіночих ролей. У мові це виявляється через використання нейтральних слів, таких як *особа*, *людина*, *працівник/працівниця* замість чітких гендерних позначень.

В українській мові також є потенціал для розвитку інклюзивної лексики, що відповідає сучасним вимогам рівності та поваги до гендерної ідентичності. Такий підхід не лише зберігає граматичну цілісність мови, але й сприяє формуванню більш відкритого та інклюзивного соціуму.

Відтак, аналіз гендерно специфічної комунікації потребує врахування не лише вербальної поведінки, а й мультикодових форм її реалізації, зокрема візуально-вербальних комплексів, характерних для телевізійної та друкованої реклами. Візуальний ряд, як складова комунікації, формує специфічний тип гендерно маркованого дискурсу, що потребує окремого лінгвістичного моделювання.

Важливо наголосити, що визначення об'єктів дослідження у сфері гендерної лінгвістики не підлягає жорсткому нормуванню: воно радше залежить від глибини концептуалізації й методологічної гнучкості дослідника. У цьому контексті до релевантних об’єктів аналізу слід зарахувати тексти з периферії комунікативного простору — шлюбні оголошення, привітальні листівки, епітафії тощо, які репрезентують дискурсивні прояви гендеру в мікросоціальних і культурно детермінованих формах.

Окремої уваги заслуговує дослідження гендерної атрибуції художнього дискурсу. У прозових і поетичних текстах фіксуються латентні моделі гендерної ідентичності, які структуруються відповідно до культурно зумовлених стереотипів. Поетичні твори, як правило, відображають моделі інтимної саморепрезентації, характерні для гендерної свідомості автора, тоді як проза орієнтована на інтерпретацію та художню об’єктивацію соціальної реальності крізь призму статево зумовленого світосприйняття.

1.2.2. Граматичні особливості гендерного маркування.

Гендерне маркування є ключовим лінгвістичним засобом для вираження гендерної приналежності мовних одиниць, що включає різноманітні граматичні та лексико-семантичні характеристики, що дозволяють ідентифікувати мовну одиницю як належну до чоловічої або жіночої статі. У науковому контексті гендерне маркування пов'язане з визначенням маркерів, які прямо чи опосередковано вказують на гендерну семантику.

Гендерна маркованість, відповідно до визначення Кириліної А. В., є новим терміном, що з'явився завдяки впровадженню гендерного підходу в мовознавство. Це поняття включає ознаки, які дозволяють розрізняти мовні одиниці, пов'язані з конкретною статтю, і може проявлятися як на формальному рівні (через мовні форми), так і на семантичному (через зміст одиниці).

Гендерне маркування виражається як граматично, так і лексично, і вимагає глибокого соціокультурного розуміння. Важливу роль у цьому процесі відіграє категорія роду, яка є характерною для індоєвропейських мов, зокрема романських та слов'янських.

Як зазначає Баришнікова К. Г., рід є важливим елементом граматичної структури цих мов, зокрема в іспанській та українській, де він відіграє центральну роль у граматичних конструкціях.

У контексті гендерного маркування важливими є лексико-семантичні засоби, що проявляються у використанні імен, прізвищ та інших мовних одиниць, які несуть інформацію про гендерну приналежність. Наприклад, у випадку імені María ми можемо стверджувати, що це жіноче ім'я, і, відповідно, воно найімовірніше належить жінці. Натомість ім’я Guadalupe без додаткового контексту не дає чіткої інформації про стать, що має велике значення при перекладі, оскільки в іспанській мові дієслова третьої особи однини не розрізняють стать, на відміну від української мови, де існує чітка гендерна диференціація форм дієслів.

На лексичному рівні гендерне маркування можна розглядати як поділ лексики на дві основні категорії: перша — це займенники, що генерують гендер у мовленні, не вносячи суб'єктивного маркування, і друга — слова, що мають явне фемінінне або маскулінне маркування. Ключовим моментом є те, що гендерна характеристика повинна бути виражена чітким, повторюваним маркером, оскільки гендерні іменники, що позначають людей, завжди мають цей маркер. Наприклад, такі слова, як *madre/padre* (мати/батько), гендерно марковані за семантичним принципом, а не через граматичні особливості. Основною метою є не тільки передача гендерної маркованості, але й забезпечення чіткої і зрозумілої структури тексту.

Граматичне гендерне маркування виявляється в лексичних одиницях, що мають граматичні форми чоловічого чи жіночого роду. Цей тип маркування охоплює різні частини мови, зокрема дієслова в минулому часі, професійні терміни, прикметники, що узгоджуються з іменниками. Такі маркери є характерними для як української, так і іспанської мов. Окрім лексико-семантичної та граматичної маркованості, існує також фразеологічне гендерне маркування, яке включає фразеологізми, пов'язані з певною статтю.

Андроцентризм мови проявляється в лексичних лакунах, коли назви професій або посад, традиційно асоційованих із чоловіками, відсутні у жіночій формі. З одного боку, це стосується професій, що історично були виключно чоловічими, з іншого — певні посади і сфери діяльності досі залишаються недоступними для жінок. Це можуть бути фразеологізми, що описують традиційно жіночі або чоловічі ролі в суспільстві. Наприклад, вирази типу «слабка стать» чи «чоловіча справа» є стереотипами, закріпленими на рівні фразеології. Незважаючи на прогрес у соціальній рівності, деякі професії продовжують мати лише чоловічу форму, навіть якщо жінки займають ці посади. Водночас деякі низькокваліфіковані заняття, такі як домогосподарка, манікюрниця, мають тільки форму жіночого роду.

Асиметричні образи статей і субординаційні структури закодовані як в граматиці, так і в лексиці та фразеології. Андроцентризм мови проявляється

також у пейоративних значеннях іменників жіночого роду. Це, як стверджують дослідники, відображає негативний семантичний простір, який відведено жінкам у мові, адже при виході за традиційні ролі, їм часто відводяться терміни, що вже асоціюються з чоловіками. Як результат, їхні позначення за іншими видами діяльності часто зменшуються або тривіалізуються.

1.2.3. Стилістичні засоби вираження гендерних відтінків значень. Мова не тільки відображає реальність, але й формує її, у тому числі й у сфері гендерних ролей. У сучасному суспільстві, яке прагне до рівності й інклюзивності, усе більшої актуальності набуває аналіз мовних засобів, що виражають або, навпаки, приховують гендерні відтінки значень.

На думку В. Мокієнка, стилістика включає тропи (метафори, порівняння, метонімії), фразеологізми, емоційно-оцінну лексику, синтаксичні фігури, які можуть формувати або підсилювати певне уявлення про жінку чи чоловіка. У мовному вираженні гендеру йдеться не лише про змістовий рівень, а й про прагматичний: як саме мовець впливає на слухача через використання певних стилістичних засобів.

Оцінна лексика виконує важливу функцію в процесі формування гендерних образів у мовленні, оскільки вона відображає ставлення суспільства до представників різних статей, закріплюючи або трансформуючи соціальні стереотипи. В українській мові чітко простежується асиметрія у вживанні лексем, що позначають жінок і чоловіків. Одні й ті самі риси характеру або моделі поведінки можуть отримувати різну оцінку залежно від того, до кого вони застосовуються — до жінки чи до чоловіка. Наприклад, слово «розумник» зазвичай має нейтральне або навіть позитивне значення й асоціюється з інтелектуальною спроможністю, тоді як його жіноча форма — «розумниця» — часто вживається в іронічному або поблажливому тоні, іноді навіть із натяком на зарозумілість чи нещирість. Така оцінна нерівність фіксується і в інших парах слів: так, чоловіка, здатного до ризику, ініціативного й сміливого, можуть назвати «відчайдухом», що сприймається

як позитивна або навіть героїчна характеристика; водночас жінка, яка емоційно реагує на події, може бути охарактеризована як «істеричка» — із чітко негативною конотацією, що знецінює її емоційність та підкреслює невідповідність очікуваній «стриманій» поведінці.

Ще однією виразною особливістю української лексики є активне вживання зменшено-пестливих форм щодо жінок. Такі слова, як «дівчиночка», «панянка», «жіночка» часто мають лагідне, але водночас знеособлене звучання, що формує образ тендітної, емоційно-вразливої істоти, яка потребує захисту або нагляду. Ці лексеми можуть використовуватися з позитивним забарвленням у побутовому мовленні, проте в публічному дискурсі або в офіційних текстах вони здатні неявно знижувати статус жінки, акцентуючи на її «допоміжній» або «декоративній» ролі. У той час як чоловічі відповідники, на зразок «чолов’яга» або «мужичок», вживаються значно рідше і, як правило, мають чітку негативну або гумористичну конотацію. У більшості ж випадків номінації чоловіків залишаються нейтральними або навіть набувають рис авторитетності та сили.

Таким чином, лексика в мові не лише позначає, а й оцінює, і в цій оцінці чітко простежуються соціально закріплені гендерні ролі. Через використання певних слів суспільство не просто називає явища — воно надає їм відповідного статусу, посилює або, навпаки, зменшує значущість окремих якостей, залежно від того, з якою статтю вони асоціюються. Такі фразеологізми не лише відтворюють традиційну модель соціуму, а й впливають на сприйняття мовцем обох статей. Це свідчить про латентну ідеологічну функцію мови.

Одним із ключових напрямів дослідження є вивчення метафоричного потенціалу мови, що може містити опосередковані вказівки на стать мовця чи адресата. Метафоричні структури формуються на основі соціокультурного досвіду, який передбачає певні стереотипізовані уявлення про чоловіче та жіноче. Вони можуть функціонувати як маркери гендерної диференціації, формуючи відповідні оцінні орієнтири в межах дискурсу.

Особливе місце у формуванні гендерно маркованого мовлення посідають фразеологічні одиниці, які акумулюють колективний соціокультурний досвід і відтворюють закріплені в мові уявлення про типові риси, поведінкові моделі, ролі й функції, що приписуються представникам певної статі. Фразеологізми можуть реалізовуватися як носії гендерних конотацій, що виявляються через семантичну наснаженість, образність та оцінність.

Гендерна маркованість виявляється також у функціональних стилях мови, де стилістичне оформлення тексту може бути обумовлене статевою належністю мовця або ж цільовою орієнтацією тексту на певну гендерну аудиторію. Так, у художньому стилі часто спостерігається стилістична диференціація, яка корелює з гендерними характеристиками образів, авторських настанов або очікуваннями читача. У публіцистичному стилі використання певних стилістичних засобів також може свідчити про орієнтацію на чоловічу чи жіночу читацьку аудиторію, актуалізуючи відповідні ціннісні орієнтири.

У межах розмовного стилю мови гендерна специфіка виражається через інтонаційні, лексичні й стилістичні особливості, які функціонують у безпосередньому живому спілкуванні. Вона може реалізовуватись як у виборі емоційно забарвлених одиниць, так і у способах вираження ставлення до предмета мовлення, що відображає соціально закріплені мовні моделі поведінки для представників різної статі.

Окремий пласт досліджень стосується стилістичної диференціації текстів, які умовно позначаються як «жіночі» або «чоловічі», що ґрунтується на вивченні структурних, мовностилістичних, тематичних та композиційних особливостей. Така диференціація вказує на існування специфічних стилістичних кодів, що реалізують гендерно орієнтовані стратегії комунікації. Вона охоплює як синтаксичні й лексичні засоби, так і образно-виражальні структури, які відображають гендерні концепти, усталені у певному культурному середовищі.

1.2.4. Латентні прояви гендерної нерівності в мові. Представники гендерної лінгвістики зауважують, що чоловіки й жінки представлені в мові нерівнозначно як кількісно, так і якісно. Це явище позначається такими термінами, як гендерні упередження, андроцентризм та мовний сексизм. Останній інтерпретується як форма дискримінації за ознакою статі, яка реалізується в мовленні через нерівноправне представлення, оцінювання та інтерпретацію осіб різної статі.

А. Гарсія Месегер виокремлює чотири послідовні фази розвитку суспільного та академічного сприйняття мовного сексизму як соціолінгвістичного явища.

Перша фаза характеризується повною відсутністю усвідомлення або визнання проблеми. У цей період мовний сексизм не ідентифікується як феномен і не піддається науковому аналізу, а його прояви залишаються непомітними в межах нормативного мовного вжитку. Така ситуація зберігалася в Іспанії до середини 1970-х років.

Друга фаза знаменує собою перехід до визнання наявності мовного сексизму як поширеного соціокультурного явища. У цей період, що охоплює 1980-ті роки XX століття, формується критичне ставлення до мовних практик, що відтворюють або закріплюють гендерну нерівність.

Третя фаза пов’язана з активізацією феміністського дискурсу, який від середини 1980-х років зосереджується на розробці лінгвістичних стратегій протидії сексизму в мові. На цьому етапі з’являються спроби трансформувати мовні структури, змінити способи номінації, а також переосмислити мовні норми крізь призму гендерної чутливості.

Четверта фаза, що триває нині, позначена поляризацією мовного простору. В межах сучасного суспільного діалогу спостерігається конфлікт між двома протилежними позиціями: одна сторона прагне зберегти традиційні мовні форми та чинні граматичні норми, тоді як інша ініціює критичний перегляд усталених мовних структур, обґрунтовуючи необхідність їх оновлення з позицій гендерної рівності.

Мовний сексизм проявляється у низці лінгвістичних та дискурсивних феноменів, які не завжди мають явно виражену форму, проте впливають на сприйняття й відтворення соціальних ролей жінок і чоловіків у суспільстві. Латентність цих проявів зумовлена тим, що вони часто сприймаються як норма або результат усталених мовних звичок, але при детальному аналізі виявляють нерівність у доступі до мовної видимості, статусу та оцінки.

Одним із найпоширеніших латентних проявів є невидимість жінок у мові, що зумовлена переважанням форм чоловічого роду, які традиційно сприймаються як універсальні або нейтральні. Така практика формує уявлення про чоловіка як стандартну або «нормативну» фігуру, тоді як жінка часто залишається поза вербальною репрезентацією або змушена ідентифікуватися через чоловічу категорію. Це явище функціонує на граматичному, лексичному та стилістичному рівнях, укорінюючи у свідомості мовців уявлення про другорядність жіночої присутності в мовному просторі.

Комплекс мовних гендерних стереотипів репрезентує низку соціально детермінованих уявлень про «чоловічі» та «жіночі» риси, які формують очікування щодо поведінки, характеристик і ролей представників тієї чи іншої статі. Упродовж тривалого історичного періоду жіночий досвід знецінювався або ігнорувався, а жінки були маргіналізовані у суспільному житті, що, своєю чергою, знаходило рефлексію в мовній практиці. Таке виключення або мінімалізація жіночої присутності у мовному просторі є індикатором глибоко вкорінених асиметричних підходів до репрезентації статей. Особливо у сучасних умовах гендерні стереотипи функціонують як надмірно спрощені моделі, що перебільшують або штучно підкреслюють відмінності між жінками й чоловіками.

Одним із найбільш помітних проявів мовного сексизму є **андроцентризм** — тенденція до домінування чоловічого досвіду в описі та конструюванні дійсності. Особливо яскраво ця тенденція виявляється у дискурсі медіа, де чоловіча перспектива часто вважається базовою, універсальною або нейтральною. Попри активне вживання терміну «мовний

андроцентризм», його тлумачення залишається предметом дискусій у лінгвістичній спільноті. Водночас у межах гендерної лінгвістики андроцентризм інтерпретується як мовна парадигма, що вивищує чоловічу точку зору, водночас витісняючи або маргіналізуючи жіночу. У такій парадигмі усе «жіноче» трактується як відмінне, «інше» або взагалі невартісне для мовного фокусу.

Фактично, мовний андроцентризм є не лише способом опису світу крізь призму чоловічої свідомості, але й втіленням стійкої статевої ієрархії, де жіночий компонент набуває статусу периферійного або допоміжного. У ситуаціях, коли мовлення охоплює обидві статі, пріоритет традиційно надається чоловічому суб'єкту як «мовній нормі». Такий підхід є індикатором глибших соціокультурних механізмів, що сприяють поширенню гендерної асиметрії та закріпленню структур мовного сексизму. З позицій сучасної гендерної лінгвістики це явище розцінюється як негативне і як таке, що потребує критичного переосмислення у напрямку створення інклюзивної мовної моделі.

Крім лінгвістичних механізмів, гендерна ідеологія проникає в мову через символічні системи, які опосередковано кодують соціальні ролі статей. У багатьох культурах існує бінарна символіка, що протиставляє чоловічий та жіночий початки: активне — пасивному, раціональне — емоційному, світле — темному, те, що дає — тому, що приймає. Подібні бінарні опозиції відтворюють патріархальні уявлення про перевагу «чоловічого» як сили, волі, рішучості, тоді як «жіноче» часто асоціюється з підлеглістю, слабкістю, залежністю. Така дихотомія не лише деформує уявлення про реальні соціальні можливості статей, а й підтримує дискурсивну ієрархію, в якій жінка опиняється в позиції другорядного суб'єкта.

На цьому тлі лінгвістичні засади феміністської парадигми пропонують альтернативну модель, у якій стать розглядається як один із базових особистісних параметрів, що заслуговує повноцінного й симетричного мовного вираження. Основний принцип такої парадигми — це забезпечення

рівноваги у представленні обох статей на всіх мовних рівнях, включно з лексикою, семантикою та синтаксисом. У цьому контексті актуальним є питання номінаційної симетрії: в багатьох мовах спостерігається асиметричність у лексичних парах, які позначають чоловіка й жінку. Такі пари часто мають різну семантичну навантаженість, що підкріплює нерівність на рівні значень. У низці мов, зокрема англійській, використання чоловічих термінів як універсальних сприяло витісненню жіночих відповідників із повсякденного мовлення, що додатково посилює маргіналізацію жіночого досвіду у мовному середовищі.

Іншим аспектом мовної нерівності є гендерна асиметрія у номінаціях, що виявляється в способах позначення осіб різної статі на однакових соціальних позиціях, у ролях або професіях. Така асиметрія може бути пов’язана як з формальною будовою мовних одиниць, так і з їхнім семантичним наповненням. Часто іменування жінки супроводжується додатковими маркерами або специфічними суфіксами, які вказують на відхилення від «нормативного» чоловічого означення. Це закріплює ієрархічне сприйняття статей і демонструє асиметричний характер мовного позначення соціальної реальності.

У межах мовної системи також актуалізується оціночне навантаження лексичних одиниць, що передає стереотипізовані уявлення про функції, риси характеру чи поведінку, які приписуються тій чи іншій статі. Ці оціночні компоненти, часто імпліцитні, сприяють формуванню певного соціального образу чоловіка або жінки, який не завжди є нейтральним або адекватним. Подібне зміщення у бік оцінності чинить вплив на сприйняття гендерних ролей і норм, легітимізуючи соціальні відмінності на мовному рівні.

Також слід виокремити граматичні й лексичні засоби, що знецінюють або принижують певну стать, які функціонують як механізми впливу на свідомість носіїв мови. Це може проявлятись у використанні зменшувальних або пестливих форм, асоційованих із жіночою статтю, які мають не лише емоційне, а й ієрархічне забарвлення. Такі лінгвістичні одиниці можуть

виступати як засіб опосередкованої оцінки або знецінення, підтримуючи у мовному вжитку усталені уявлення про «нижчий» статус жінки порівняно з чоловіком.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що латентні прояви гендерної нерівності в мові репрезентують собою системний феномен, що охоплює низку структурних і семантичних рівнів мовної системи. Вони часто неусвідомлено відтворюються в комунікативній практиці, але при цьому мають значний вплив на формування суспільного уявлення про гендерні ролі, ієрархію та нормативність. Усвідомлення наявності таких механізмів у мові є важливим кроком до формування інклюзивного та недискримінаційного мовного середовища, що здатне відображати соціальну реальність у її багатоманітті без упереджених моделей.

1.3. Перекладознавчі аспекти відтворення гендерної проблематики в україномовних перекладах

Гендер у лінгвістиці розглядається не лише як граматична категорія, а передусім як соціокультурна конструкція, що знаходить відображення у мовленні, стилі, лексичному виборі. У межах феміністського та постколоніального перекладознавства (Simon, Spivak, von Flotow) гендер трактується як чинник, що зумовлює інтерпретацію та репрезентацію смислів у перекладі.

Українська мова, маючи граматичний рід, дозволяє відтворювати гендерні маркери, проте соціальні конвенції щодо вживання фемінітивів, нейтральних форм або маскулінативів можуть суттєво впливати на перекладацькі рішення. Актуальним є також питання відтворення небінарних гендерних ідентичностей, що часто виходять за межі традиційної граматичної системи.

У перекладацькій практиці особливі труднощі виникають із відтворенням таких одиниць:

- Фемінітиви та маскулінативи: наприклад, англійське *“chairman”* вимагає осмисленого перекладу як *“голова”* або *“голова (чоловік/жінка)”* залежно від контексту. Впровадження фемінітивів (*“авторка”, “редакторка”*) актуалізує питання норми та стилістичної відповідності.

- Гендерно нейтральна лексика: у сучасному англомовному дискурсі часто вживаються нейтральні форми (*“firefighter”, “police officer”*), які при перекладі українською можуть мати фемінітивний або маскулінативний відповідник. Вибір форми залежить від ідеологічної позиції перекладача і цільової аудиторії.

- Особові займенники: з’являються нові форми, як-от *“they/them”* для позначення небінарних осіб. Українська мова поки не має унормованих способів їхнього відтворення, що зумовлює появу нових експериментальних форм, наприклад, *“вони”* в однині або авторських неологізмів (*“вінь”, “вонь”*).

Залежно від перекладацької мети і жанрових особливостей тексту, перекладач може обирати одну з таких стратегій:

- Стратегія невтручання (invisibility): застосовується у випадках, коли перекладач намагається максимально відтворити текст без ідеологічної інтерпретації. Проте ця стратегія часто призводить до нейтралізації гендерної проблематики.

- Стратегія чутливого втручання: передбачає адаптацію перекладу з урахуванням сучасних норм гендерно чутливої мови. Наприклад, англійське *“woman writer”* перекладається як *“письменниця”*, а не *“жінка-письменник”*.

- Феміністська стратегія: включає навмисну інтерпретацію тексту через призму гендеру, з метою підкреслення пригнічення або дисбалансу, що був притлумлений у вихідному тексті чи втратився у перекладі.

У перекладі творів Вірджинії Вулф, Марґарет Етвуд, Джудіт Батлер, перекладачі та перекладачки часто стикаються з необхідністю балансувати

між граматичною точністю і збереженням феміністського послання тексту. Наприклад, у перекладі роману “Служниця” (Atwood) активно використовуються фемінітиви, що сприяє збереженню оригінального дискурсу про тілесність і підпорядкування.

У сучасному публіцистичному дискурсі (переклади статей The Guardian, The New York Times) дедалі частіше зустрічаються спроби передати нові ґендерні ідентичності, хоч і не без суперечностей та мовних експериментів.

Переклад як процес формується під впливом як національних, так і історичних чинників. Він завжди відбувається в певному культурному та часовому контексті, які визначають підходи до тлумачення тексту. У широкому розумінні переклад є відображенням культури реципієнта, яка має ґендерні особливості, зумовлені її фемінною або маскулінною орієнтацією. Водночас на цільовий текст неминуче впливає й перекладач як особа з певною ґендерною ідентичністю. Належність перекладача до чоловічої або жіночої статі супроводжується комплексом ґендерних характеристик, що сформовані соціальними та культурними умовами і проявляються в його/її індивідуальному мовному стилі. Це стосується лексичних виборів, граматичних форм, стилістики, емоційної насиченості тощо.

Тому одним з ключових показників якісного перекладу є його ґендерна збалансованість. Адже перекладач, пропускаючи текст крізь власне світосприйняття, не лише інтерпретує авторський зміст, але й «проживає» ґендер автора. Це спричиняє своєрідний синтез ґендерних ідентичностей, в якому ґендер автора може або затьмаритися ґендерною перспективою перекладача, або ж, навпаки, домінувати в перекладі. Між цими двома полюсами можливе як продуктивне зіставлення, так і небажане нашарування ґендерних ознак, що може ускладнити сприйняття перекладеного тексту.

Ґендерний підхід у перекладознавстві дозволяє глибше осмислити низку важливих аспектів:

- як ґендерні стереотипи оригіналу трансформуються в перекладі;

- якими мовними засобами в обох мовах вибудовується ґендерна ідентичність;

- як передаються ґендерні конотації з урахуванням культурного контексту;

- яким чином відтворюються образи чоловіка та жінки, притаманні певній культурі;

- наскільки можливо інтерпретувати ментальні особливості однієї культури засобами іншої;

- як реалізуються концепти фемінності й маскулінності в текстах оригіналу і перекладу.

Кожен із цих аспектів демонструє тісний зв'язок між ґендерною і культурною ідентичністю учасників комунікації — автора, перекладача та читача. Водночас враховується специфіка національних традицій, соціально-історичний контекст та низка інших чинників, що ускладнюють створення уніфікованої методології аналізу. Це зумовлює необхідність міждисциплінарного підходу, що поєднує лінгвістику, культурологію, гендерні студії та власне перекладознавство.

Одним із найефективніших методів виявлення впливу ґендеру на переклад є порівняльний аналіз декількох версій одного й того ж тексту. Такий аналіз дозволяє краще зрозуміти, як мовні засоби поєднуються зі способами репрезентації ґендерної ідентичності. Це, своєю чергою, допомагає окреслити мовні обмеження, що виникають через ґендерний фактор, і визначити їхній вплив на переклад.

З огляду на те, що перекладознавство працює з категоріями, значно ширшими за ті, що охоплює суто лінгвістика, важливим завданням дослідників стає заповнення прогалин у вивченні функціонування ґендеру в мові. У процесі перекладу варто враховувати той факт, що суспільство часто поділяє реальність на «чоловічу» та «жіночу» сфери, і це знаходить своє відображення в мові через усталені ролі й стереотипи. Така ґендерна

маркованість мови ускладнює процес перекладу і водночас відкриває можливості для глибшого розуміння міжкультурної комунікації.

Питання ґендеру має принципове значення в процесі перекладу, особливо в контексті української перекладознавчої традиції. У мовах із виразною родовою системою, ігнорування ґендерного аспекту — не лише ознака наукової недбалості, а й потенційна причина серйозних перекладацьких помилок. Часто вплив ґендеру на зміст і сприйняття перекладеного тексту може переважати над іншими стилістичними або граматичними чинниками.

Західні школи перекладознавства все більше схиляються до осмислення перекладу через призму таких категорій, як влада, ієрархія, домінування та дискримінація. Натомість український культурний і мовний контекст вимагає врахування як патріархальних рис, так і прихованої матріархальності, які пронизують національну традицію. Це формує особливу потребу розглядати переклад не лише як мовну трансформацію, а як акт міжкультурного діалогу, в якому ґендерна ідентичність є одним із центральних елементів.

Хоча сучасне суспільство поступово рухається в напрямку фемінізації мовних норм, спроби надати голос менш представленим ґендерним ідентичностям — зокрема небінарним людям і трансґендерам — натрапляють на значно більший опір. В багатьох країнах ці групи досі перебувають поза правовим і нормативним полем. Брак знань, низький рівень суспільної культури та поширення стереотипів спричиняють прояви нетерпимості й дискримінації щодо людей, чия ґендерна ідентичність не збігається з їхньою біологічною статтю.

Навіть саме поняття “ґендерна дисфорія” часто трактується не як форма особистісного самовираження, а як психологічне відхилення, що свідчить про необхідність глибшого переосмислення ґендеру — і в мові, і в суспільстві, і в перекладі. Переклад у такому контексті стає не просто технічною чи стилістичною практикою, а простором боротьби за видимість, рівність і мовну справедливість.

В українській мові, як і в інших мовах світу, простежується тенденція до використання ґендерно нейтральних форм. Замість традиційного розділення на фемінітиви та маскулінітиви (наприклад, *відвідувачі* та *відвідувачки*) дедалі частіше вживаються узагальнені форми на зразок *люди, соціологічна спільнота* замість *соціологи* й *соціологині*, або *студентство* замість *студенти* та *студентки*.

Серед інших поширених стратегій – застосування підкреслювання для позначення жіночого родового закінчення, як-от *директор_ка*, *опозиціонер_ка*. Зазвичай при першому вживанні додається пояснення щодо символічного та політичного значення такої графічної форми. Інша поширена практика – використання обох ґендерних форм при першій згадці, наприклад: *соціологині і соціологи*. У подальшому це часто скорочується до подвійного закінчення, поданого через косу риску (*соціологині/ги*), де жіноча форма подається першою, а чоловіча – скорочено, із збереженням основи слова, щоб наголосити саме на ґендерному маркері, а не на частині слова.

Цей підхід дозволяє дистанціювати ґендерне маркування від самої особи, що є особливо важливим у зверненні до змішаної або інклюзивної аудиторії – жінок, чоловіків і небінарних людей.

Використання дужок у таких формах, як *депутат(ка)* чи *філолог(иня)*, часто інтерпретується як винесення жінки “за дужки”, що символічно підкреслює її другорядність або навіть маргіналізує. Утім, форми з косою рискою чи підкреслюванням у всіх відмінках – наприклад, *соціолог_а/ині*, *податківець/виця* – визнаються надто складними для сприйняття. Зокрема, це стосується людей із дислексією або іншими когнітивними особливостями, для яких така писемна форма ускладнює розуміння тексту.

Крім того, практика чергування іменників із жіночими та чоловічими родовими закінченнями, коли йдеться про узагальнену групу осіб (наприклад: *активісток та соціологів, професорок та директорів*), також вважається недоцільною, адже вона не лише порушує синтаксичну цілісність, а й відтворює ґендерну асиметрію.

Французька та українська мови належать до мов із граматично вираженою категорією роду, що значно ускладнює реалізацію ґендерної нейтральності на відміну від, скажімо, англійської, де рід позначається лише в займенниках. У французькій та українській родові маркери проникають у всі рівні мовної структури, зокрема в дієслівні форми.

Так, в українській мові дієслова в минулому часі однозначно вказують на рід суб'єкта. Наприклад: *він прочитав – il a lu*, *вона прочитала – elle a lu*. Таким чином, при перекладі з французької на українську уникнути фіксації біологічної статі мовця в дієслівній формі практично неможливо. Це створює додаткові труднощі для побудови інклюзивного мовлення й водночас засвідчує глибоке вкорінення ґендерної бінарності в граматичному ладі мови.

РОЗДІЛ 2
ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ГЕНДЕРНО МАРКОВАНИХ ОДИНИЦЬ

2.1. Граматичні аспекти вираження гендерності в англомовних та україномовних текстах

У сучасній англійській мові категорія узгодження не функціонує у тому вигляді, в якому вона реалізується у синтетичних мовах, оскільки англійська належить до аналітичного типу, а отже слова не змінюють свою форму для відображення граматичних відношень. Водночас залежність анафоричних займенників від антецедентів розглядається як специфічна форма узгодження, що свідчить про наявність категорії роду в цій мові.

Для носіїв та особливо для тих, хто вивчає англійську, проблемним постає вибір анафоричного займенника щодо антецедентів, які не мають виразної родової маркованості. У реченнях типу *The less a person listens or views, the more likely he is to be selective* (Daily Worker, 1960) постає питання, який саме займенник вживати. Упродовж тривалого часу, починаючи з середини XIX ст., нормативні граматики закріплювали використання займенника *he* як єдино правильного варіанта у випадках узагальненого значення, тоді як форми *he or she* та одниневе *they* кваліфікувалися як неприпустимі. Примітно, що в англійському мовленні XIX ст. саме форма *they* широко застосовувалася як засіб гендерно-нейтральної референції [Федорова О. 2021, С. 29].

Особливу увагу в цьому контексті привертає питання гендерної рівності у мові. Оскільки особові займенники безпосередньо пов’язані з референцією до людини, вони стають маркером соціальних ідеологій. Саме тому представники феміністичного руху прагнули змінити усталені мовні норми,

які відображали сексистські уявлення про перевагу чоловічого роду. На відміну від дескриптивної граматики, яка прагне зафіксувати реальний стан мовної системи, прескриптивна граматика функціонує як набір правил-аксіом і впродовж століть кодифікувала саме традиційне, патріархальне бачення мовної практики. У шкільних підручниках домінували норми, що підкріплювали домінування маскулінного роду.

Дослідниця А. Бойван, аналізуючи граматичні посібники 1970-х рр., визначила їх як «ідеологічний дискурс», оскільки аргументи на користь використання *he* як універсального займенника ґрунтувалися не на мовних закономірностях, а на сексистських припущеннях про «вищість» чоловічого роду над жіночим [Бойван О. С. Ковтун О. М. 2021 с.61]. Історичні граматики XVII–XVIII ст. демонструють це відверто: *"The Masculine gender is more worthy than the Feminine"* [Poole 1646, p. 21]; *"The masculine Person answers to the general name, which comprehends both Male and Female"* [Kirby, 1746 p.117]. Таким чином, школа як інститут соціалізації активно транслювала подібні норми, формуючи уявлення про маскулінність як універсальну категорію.

З формального погляду займенник *he* в узагальненому значенні не узгоджується з антецедентом у роді, *they* — у числі, а форма *he or she* вважається надмірно громіздкою. Проте Бодайн спростовує ці твердження, доводячи, що жоден із варіантів не є більш «граматично правильним» за інший. Так, вираз *he or she* не є громіздкішим, ніж традиційні конструкції *one or more* чи *person or persons*. На її думку, з логічної позиції множина радше включає однину, ніж чоловічий рід може включати жіночий

У сучасній англійській мові функціонує низка мовних механізмів репрезентації гендеру, які реалізуються у комунікативній практиці. Частина з них належить до традиційних мовних засобів, тоді як інші є результатом новітніх соціокультурних трансформацій, що зумовлюють формування інклюзивного мовного середовища.

1. Використання особових займенників. Класична граматична система англійської мови передбачає чітке розмежування між займенниками

чоловічого та жіночого роду. Так, «he» (він) застосовується для позначення осіб чоловічої статі, а «she» (вона) – жіночої. Водночас подібна бінарна категоризація не завжди корелює з реальною гендерною ідентичністю індивіда, на що звертають увагу сучасні дослідники [Корунець, І. В. 2003 с. 66].

2. Використання гендерно-нейтральних займенників. У межах сучасного дискурсу дедалі ширше фіксується тенденція до використання гендерно-індиферентних форм, зокрема «they» (вони), «them» (їм), «their» (їхній), «theirs» (їх). Подібні конструкції функціонують як універсальні маркери, що можуть стосуватися осіб будь-якої статі або тих, хто свідомо дистанціюється від традиційної гендерної бінарності [Комов О. В. 2021, С. 78].

3. Інклюзивна лексика. Прагнення уникнути лінгвістичної репрезентації гендерних стереотипів сприяє поширенню інклюзивних номінацій. Наприклад, замість «fireman» (пожежник) доцільним вважається вживання «firefighter» (рятувальник). Використання подібних термінів забезпечує нейтралізацію необґрунтованої диференціації за статтю та сприяє формуванню більш толерантного мовного середовища [Patricia B. Campbell, Ph.D.2015.p. 76].

4. Альтернативні мовні конструкції. Граматичний арсенал англійської мови постійно збагачується новими способами уникнення гендерної маркованості. Так, замість конструкції «his or her» набувають поширення варіанти «their» або «his/her/their». Крім того, розширюється спектр форм звертання, серед яких «Mx» (альтернатива «Mr.» та «Mrs.»), а також інноваційні займенники «ze/hir», що виступають замінниками традиційних «he/him» чи «she/her» [Curzan, A. 2003, p. 43].

5. Лексичні інновації для позначення гендерної ідентичності. Завдяки соціокультурним процесам у лексиці англійської мови закріпилися нові номінації, що репрезентують різноманіття гендерних ідентичностей. Зокрема, «cisgender» позначає особу, чия гендерна ідентичність відповідає біологічній статі при народженні, а «transgender» – особу, ідентичність якої не

збігається з призначеною статтю. Поряд із цим поширюються терміни «non-binary» (нестатевий), «genderqueer» (гендерно-квір) та інші дефініції, які окреслюють спектр ідентичностей поза традиційною дихотомією [Козуб Л. С. 2020 с. 15].

Бондаренко К.Л. наголошує, що мовна поведінка чоловіків та жінок зумовлюється не лише психофізіологічними особливостями, але й культурними настановами та усталеними стереотипами.[Бондаренко К.Л. 2017, 20 с.] Серед характерних рис жіночого мовлення виділяють:

a) частіше використання ввічливих формул;

b) схильність до застосування запитальних підрядних конструкцій;

c) підвищення інтонаційного рівня у стверджувальних висловлюваннях;

d) уникання лексики з негативним емоційним забарвленням, зокрема лайливої;

e) розширене вживання зменшувально-пестливих форм.

Проте важливо враховувати, що наведені характеристики мають радше узагальнюючий характер, оскільки не всі жінки та чоловіки відповідають зазначеним моделям, а традиційні гендерні ролі у мовленні поступово нівелюються. До того ж, дослідження засвідчують, що стереотипізація так званої «жіночої мови» може мати негативні соціальні наслідки, адже вона сприяє закріпленню упереджень і дискримінаційних практик, зокрема у професійній сфері та суспільному житті загалом.

Розглядаючи категорію роду в англійській мові, дослідники наголошують, що вона має радше формальний, ніж системно-граматичний характер. Значна кількість лінгвістів (зокрема J. Leech, H. Sweet, O. Jespersen, M. Long та ін.) не визнають рід повноцінною граматичною категорією англійської мови, трактуючи його переважно як відображення біологічних статевих ознак. Зазвичай іменники, що позначають предмети неживої природи, явища, рослини та більшість тварин, відносять до нейтрального (середнього) роду. Натомість лексеми, які репрезентують осіб, розподіляються за чоловічим чи жіночим родом. Це явище пояснює існування так званого

natural gender, що ґрунтується на реальних статевих відмінностях: наприклад, *boy* маркується як чоловічий рід, а *miss* – як жіночий [Зіневич, 2022, с. 27].

В англійській мові також виділяють категорію «спільного» роду (*common gender*), до якої належать іменники з універсальним значенням, що можуть позначати як осіб чоловічої, так і жіночої статі. До таких слів належать, зокрема, *pupil* (учень/учениця), *student* (студент/студентка), *friend* (друг/подруга).

Разом із тим, прояви категорії роду в англійській мові не завжди є однозначними та можуть набувати стилістичного забарвлення. У художніх текстах автори інколи свідомо відходять від нейтральності, надаючи неживим іменникам ознак чоловічого чи жіночого роду для вираження емоційного ставлення або створення художнього образу. Так, попри належність іменників *sun, moon* чи *sea* до середнього роду, письменники можуть індивідуалізувати їх, персоніфікуючи у чоловічих чи жіночих образах. Прикладом може слугувати уривок із твору В. Шекспіра:

«… To solemnize this day the glorious sun / Stays in his course and plays the alchemist, / Turning with splendor of his precious eye…» (1623, p. 85).

В українській мові категорія роду має виразний граматичний характер і відіграє ключову роль у словозміні та синтаксичному узгодженні. Рід іменника обов’язково враховується під час його відмінювання, а також визначає форми прикметників, числівників і дієслів у реченні. Наприклад: *«маленький хлопець прийшов»* (чоловічий рід) – *«маленька дівчина прийшла»* (жіночий рід) – *«маленьке кошеня прийшло»* (середній рід).

На відміну від цього, в англійській мові категорія роду не має такого системного значення для граматики. Тут граматичні відношення здебільшого виражаються за допомогою порядку слів, службових частин мови та аналітичних форм, а не через морфологічні зміни залежних слів.

З метою більш точного порівняння була складена порівняльна таблиця систем вираження роду в англійській та українській мовах. (Таблиця 2.1)

Таблиця 2.1

Порівняння систем вираження роду в англійській та українській мовах

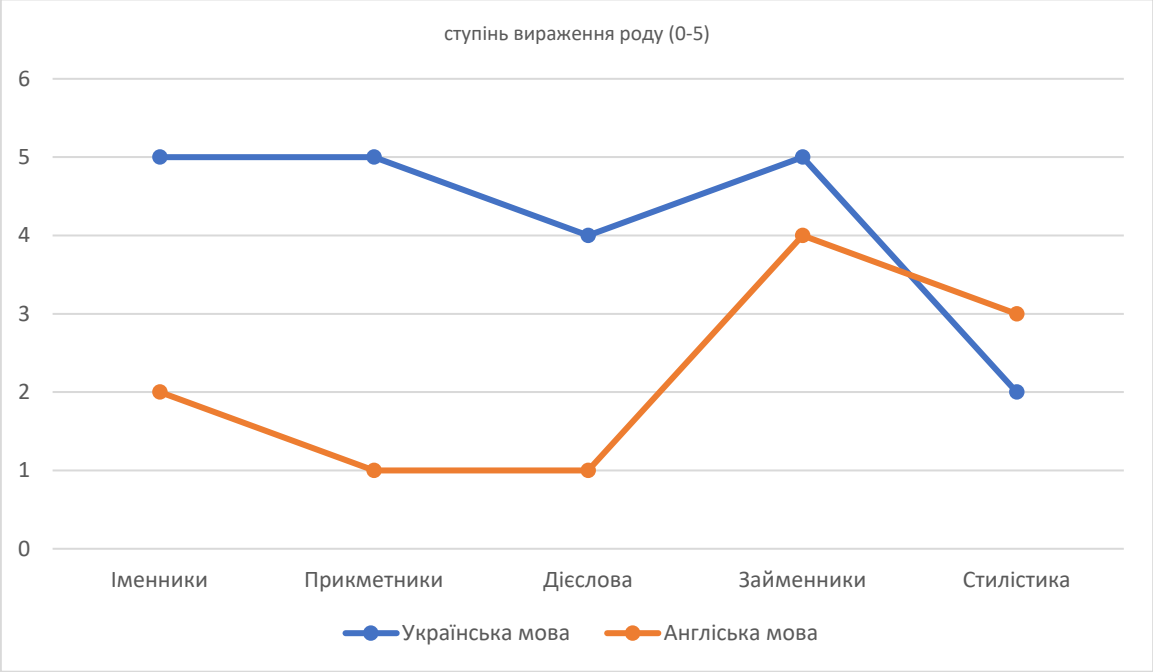
Ознака	**Англійська мова**	**Українська мова**
Ступінь вираженості роду	Рід має обмежене значення, в основному проявляється у займенниках (he, she, they).	Категорія роду є чіткою граматичною ознакою, що впливає на систему відмінювання та узгодження.
Рід іменників	Не завжди морфологічно визначається; більшість іменників нейтральні з точки зору граматики (student, friend).	Іменники мають чітко закріплений рід: чоловічий (хлопець), жіночий (дівчина), середній (кошеня).
Прикметники	Прикметники не змінюють форму залежно від роду (a good boy / a good girl).	Прикметники обов'язково узгоджуються з іменником за родом (добрий хлопець, добра дівчина, добре кошеня).
Дієслова	Дієслова не мають родових форм, за винятком займенників у 3-й особі однини (he runs, she runs).	У формах минулого часу дієслово узгоджується з підметом за родом (він прийшов, вона прийшла, воно прийшло).
Займенники	Гендерна маркованість зберігається у 3-й особі однини: he (він), she (вона), нейтральне або інклюзивне they (вони).	Особові займенники чітко відображають рід: він (чоловічий), вона (жіночий), воно (середній).
Стилістичні відхилення	У художньому мовленні неживим предметам іноді приписується рід (the sun – he, the moon – she).	Рід іменників є фіксованим і не змінюється залежно від контексту чи авторського задуму.

З метою наочного представлення відмінностей у вираженні категорії роду в англійській та українській мовах нами була побудована порівняльна діаграма. Для її створення було визначено низку граматичних площин, у яких проявляється або відсутній вплив роду, а саме: іменники, прикметники, дієслова, займенники та стилістичні відхилення. Кожна з категорій була

умовно оцінена за п’ятибальною шкалою, де 0 означав повну відсутність вираження роду, а 5 — максимально чітку його реалізацію.

Рисунок 2.1

Порівняння вираження категорії роду в українській та англійській мовах



У процесі аналізу встановлено, що в українській мові рід є провідною граматичною ознакою. Це особливо помітно в системі іменників (де кожна лексема має закріплений рід), прикметників (що узгоджуються з іменником), а також у формах дієслів минулого часу. Високі показники отримали й особові займенники, оскільки вони завжди відображають граматичний рід. Натомість стилістичне використання роду в українській мові практично не виходить за межі норми, що зумовило нижчий бал у цій категорії.

Категорія роду варіюється залежно від мови. Наприклад, в українській та німецькій мовах виділяють три граматичні роди: жіночий, чоловічий і середній; у французькій та італійській — два: жіночий і чоловічий; тоді як в англійській мові ця граматична категорія взагалі відсутня. Тому визначення статі людини чи тварини відбувається лише за контекстом або через подальше використання займенників. Наприклад:

Yesterday I saw a black cat crossing the street.

У цьому реченні неможливо однозначно зрозуміти, чи йдеться про кота, чи про кішку, як це можна зробити в українській мові. Тому, за необхідності, стать доведеться уточнювати у автора або визначати з подальшого контексту.

В англійській мові, на відміну від української, категорія роду має периферійне значення. Іменники переважно нейтральні, прикметники та дієслова не змінюються за родом, однак виразна маркованість простежується у займенниковій системі (*he, she, they*). Вищий бал у категорії «стилістика» пояснюється тим, що англійські автори художніх текстів доволі часто наділяють неживі предмети ознаками чоловічого чи жіночого роду (наприклад, *the sun – he, the moon – she*), що надає текстові експресивності.

Таким чином, побудована діаграма чітко демонструє, що для української мови рід є центральною граматичною категорією, яка визначає морфологічну організацію всього речення, тоді як в англійській мові він зберігає радше лексичну та стилістичну, ніж морфологічну функцію.

Англійська мова відноситься до мов природного роду. Вона не класифікує неживі іменники за різними статями. Більшість особових іменників поводяться подібно, тобто вони не визначаються за статтю чи гендерною ідентичністю (наприклад, *вчитель, дитина, політик*). Особові займенники розрізняють жіночі та чоловічі форми, які використовуються для позначення чоловічих або жіночих референтів відповідно до їхньої референтної статі або гендерної ідентичності (наприклад, *мій вчитель – вона , ваш вчитель – він*).

У системі звертань англійської мови простежується асиметрія, яка демонструє гендерно зумовлені відмінності. Зокрема, для позначення жінок традиційно вживаються дві форми — *Miss* (для незаміжніх) та *Mrs* (для заміжніх), тоді як для чоловіків незалежно від сімейного статусу застосовується єдина форма — *Mr*. Така розбіжність свідчить про те, що у мовній практиці гендерний фактор виявляється не лише на рівні граматичної категорії роду, а й у соціолінгвістичному вимірі. Подібні звертання відображають історично закріплену нерівність у позначенні соціальної ролі

чоловіків і жінок, що на сучасному етапі все частіше піддається критиці та перегляду в межах гендерно чутливого мовлення.

В порівнянні з українською мовою ситуація є дещо іншою: звертання «пан» і «пані» функціонують як відповідники *Mr.* та *Ms.*, не залежачи від того, чи перебуває особа у шлюбі. Таким чином, українська система звертань у сучасному вжитку виявляє більшу гендерну нейтральність у порівнянні з англійською традицією, де історично закріплене розмежування між *Miss* та *Mrs* може інтерпретуватися як маркер потенційної сексистської упередженості.

У своїй роботі Є. В. Долинський здійснив ґрунтовне дослідження особливостей перекладу гендерно маркованих елементів в англомовній художній прозі, використавши як матеріал роман *Atonement* Ієна Мак'юена та його українські переклади, виконані Ольгою Смольницькою й Валерієм Дмитруком. Вибір саме цього твору є надзвичайно релевантним, оскільки роман побудований на складній наративній стратегії: одна й та сама подія може бути відтворена крізь призму різних персонажів — як жіночих (Брайоні, Сесилія), так і чоловічих (Роббі). Такий художній прийом актуалізує гендерний компонент тексту й дає змогу простежити стилістичні та когнітивні відмінності у сприйнятті ситуацій представниками різних статей.

У межах дослідження було проаналізовано низку прикладів, які демонструють відмінності між маскулінним (М) та фемінним (Ф) перекладами. Виявилося, що гендерна належність перекладача впливає на вибір перекладацьких стратегій та прийомів, зокрема лексичної модуляції, додавання, вилучення та конкретизації.

Так, мовлення героїв-чоловіків в оригіналі часто позначене точністю, фактологічністю й термінологічністю. Наприклад:

1. *How had it crept up on him, this advanced stage of fetishizing the love object?* (3) //

2. М: *Як він підкрався до нього, цей гострий ступінь фетишизації любовного об'єкта?* (2);

З. Ф: *Як він докотився до такого – до цієї просунутої стадії ідеалізації об'єкта кохання?* (1, 95).

Чоловічий переклад (М) більшою мірою зберігає логіку оригіналу, тоді як жіночий (Ф) через використання лексичної модуляції створює образ героя, що сам «докотився» до певного стану, надаючи опису елементів іронічності й навіть брутальності. Такий вибір корелює з усталеним уявленням про прагматичність чоловіків і меншою мірою — з романтизацією їхніх почуттів.

Важливим спостереженням стало те, що жіночий переклад схильний посилювати емотивність та індивідуалізацію персонажів. Наприклад:

З. *Watching him during the first several minutes of his delivery, Cecilia felt a pleasant sinking sensation in her stomach as she contemplated how deliciously self-destructive it would be, almost erotic, to be married to a man so nearly handsome, so hugely rich, so unfathomably stupid* (3) // М: *...яким солодким, майже еротичним самогубством був би шлюб із таким красунчиком, таким казково багатим, таким несосвітенним дурнем* (2); Ф: *...як це було б самогубно-приємно, майже еротично – вийти заміж за чоловіка такого красивого, багатого й тупого* (1, 57).

У перекладі В. Дмитрука (*красунчик, дурень*) простежується тенденція до використання номінативних одиниць з виразною гендерною семантикою, що частково маскулінізує образ. Натомість переклад О. Смольницької з неологізмом *«самогубно-приємно»* та конкретизацією *«вийти заміж»* виявляє фемінні риси, посилюючи гендерний компонент оригіналу.

Важливим аспектом є також використання фамільярної та сленгової лексики, що у романі маркує чоловіче мовлення. Приклад з воєнною термінологією показує, що переклад чоловіка (*«к бісу мою кляту руку»*) відтворює агресивність і брутальність вислову, тоді як жіночий переклад (*«відірвали б мені руку з м'ясом»*) демонструє більш евфемістичний підхід. Це відображає загальні соціолінгвістичні стереотипи англомовного простору, де чоловіче мовлення асоціюється з прямотою, а жіноче — з пом'якшенням або стилізацією.

Загалом результати дослідження свідчать, що експліцитні гендерні маркери (лексика, терміни, інтенсифікатори) досить успішно зберігаються у перекладах, також у перекладацькому аспекті відмінності між маркуваннями чоловіка та жінки полягають насамперед у рівні емотивності, конкретизації та метафоризації. Також автор дійшов висновку, що жіночий переклад частіше виявляє тенденцію до поетизації та актуалізації внутрішнього стану персонажів, тоді як чоловічий більшою мірою орієнтується на фактологічність та нейтральність.

У площині англомовного соціокультурного дискурсу результати аналізу свідчать про те, що гендерні маркери слід розглядати не лише як елементи стилістичного рівня, а й як знаки культурної ідентичності, що віддзеркалюють соціально закріплені уявлення про роль чоловіка й жінки в суспільстві. Відтворення таких маркерів у перекладі зумовлене не стільки формальною еквівалентністю, скільки інтерпретаційною позицією перекладача. Ця позиція формується під впливом його мовної компетенції, індивідуального досвіду та соціолінгвістичних норм, що регламентують сприйняття й відтворення гендерно маркованого мовлення.

2.2 Лексико-семантичні особливості гендерно маркованих елементів у перекладі

Вивчення відмінностей і подібностей у способах відображення гендеру в мовленні є ключовим для розуміння того, як мовленнєва практика формує гендерні стереотипи та сприяє або зменшує нерівність між чоловіками та жінками. Наприклад, в українській мові спостерігається тенденція до використання чоловічих форм іменників як загальних, що може створювати уявлення про певні професії або ролі як призначені виключно для чоловіків. Аналогічні явища простежуються й в англійській мові, де окремі

словосполучення підкреслюють традиційні гендерні стереотипи, наприклад: *"he's a real man"* або *"she's just a girl"*.

Стаття *"Gender Differences in Lexical Use: The Influence of Inflectional Morphology"* аналізує статеві відмінності в лексичному використанні англійської мови. Автори підкреслюють важливу роль соціокультурних факторів у формуванні цих відмінностей, вказуючи на те, що гендерні стереотипи впливають на те, які слова вважаються "жіночими" або "чоловічими". Зокрема, існують терміни, традиційно пов’язані з жіночою сферою (*mother, beauty*) або з чоловічою (*father, strength*), і ці стереотипи впливають на вибір лексичних одиниць у мовленні. Дослідження демонструє, що інфлекційна морфологія також може посилювати або модифікувати ці лексичні патерни, що робить статтю значущим внеском у дослідження статевих різниць у мовленні. Розуміння таких відмінностей важливе для психолінгвістики, соціолінгвістики та гендерних студій, оскільки допомагає виявляти соціокультурні чинники, які впливають на мовленнєву поведінку, і сприяти більш рівноправному мовному середовищу. [Gries, S.T., & Stefanowitsch, A., 2004]

У статті *"Comparative Analysis of Machine Learning Methods for Sentiment Analysis of Ukrainian Texts"* [Вовченко, Матвієнко, Гусак, 2021 с. 113] розглядаються гендерні лексичні та граматичні відмінності між англійською та українською мовами. Дослідники демонструють, що обидві мови містять гендерні розрізнення, проте виражаються вони різними засобами: в англійській мові гендер зазвичай кодується статево-специфічними займенниками (*he, she*), тоді як в українській мові застосовуються статевоспецифічні суфікси та префікси для іменників.

Зокрема, у сфері професій, звань та посад більшість іменників традиційно використовувалися в чоловічому роді для позначення як чоловіків, так і жінок. Поява фемінітивів відображає процес адаптації мови до зміни соціальної ролі жінок у професійній сфері. Наприклад, українське слово *студент* має відповідник для чоловіків (*студент*) і для жінок (*студентка*),

тоді як в англійській мові стать особи передається через займенник у контексті.

Ще однією відмінністю є граматичне кодування гендеру: англійська мова має обмежену категорію роду, що включає лише певні займенники та прикметники, тоді як українська мова має складнішу систему, де гендер передається через суфікси, префікси та закінчення прикметників, наприклад, -*ий* для чоловічого роду та -*а* для жіночого. Таким чином, гендерна маркованість у лексико-граматичних системах обох мов реалізується різними механізмами, що потребує уважної адаптації при перекладі для збереження соціокультурного змісту та уникнення відтворення стереотипів.

У контексті перекладу важливо аналізувати способи передачі гендерно-маркованих іменників, що позначають жінок, українською мовою та їхні еквіваленти або трансформації в англійській. Наприклад, українське слово *"перекупка"*, яке вказує на стать особи за професією, не має прямого лексичного відповідника в англійській мові. Гендерна характеристика у відповідному англійському тексті передається опосередковано, через загальний термін *"women"*, який окрім позначення статі не містить уточнень щодо професійної діяльності. Порівняємо:

- Український текст: *"Десь у кутку під кам'яницею, як неприкаяні, сиділи кілька перекупок з яблуками"* [Б. Антоненко-Давидович, 1954, с. 2]

- Англійський текст: *"In one corner, against the stone wall of a building, several women were sitting like accursed souls with their apples*" [Soviet Ukrainian Fiction of the 1920s: p. 5]

У цьому випадку переклад демонструє типову стратегію адаптації: специфічна професійна гендерна маркованість опускається, а загальний гендерний маркер передається через узагальнене слово *women*.

Як зазначають Вовченко, Матвієнко та Гусак у статті *"Comparative Analysis of Machine Learning Methods for Sentiment Analysis of Ukrainian Texts"*, не всі лексичні одиниці мають гендерні відмінності; багато слів залишаються нейтральними і не містять статево-специфічних форм. Це особливо стосується

назв предметів та абстрактних понять, які у більшості мов не відображають гендер. Автори також підкреслюють, що використання гендерних форм у мовленні впливає на формування уявлень про статеві ролі та гендерну ідентичність, що робить перекладацькі рішення щодо таких форм важливими для соціокультурної адекватності тексту.[85]

Аналіз трансформацій у лексико-граматичній сфері англійської мови демонструє, що гендерні відмінності можуть проявлятися через закінчення слів. Як показано у статті *"Gender Differences in Lexical Use: The Influence of Inflectional Morphology"* (Gries, S.T., & Stefanowitsch, A., 2004), слова з суфіксом *-ness* частіше асоціюються з жіночим родом (наприклад, *kindness*, *happiness*), тоді як слова з суфіксом *-tion* частіше пов'язані з чоловічими асоціаціями (*competition*, *recognition*). Водночас гендерні конотації залежать від контексту, що вказує на складність семантичного відтворення у перекладі.

Ще одним аспектом є передача гендерно-нейтральних форм у англійській. У статті *"Gender and the English Language: An Overview of Research"* підкреслюється проблема традиційного використання займенника *he* як за замовчуванням для невідомої статі особи. Автор відзначає спроби введення гендерно-нейтральних займенників, таких як *they* або *ze*, які поки не набули широкого вживання. [Piller, 2011]

В українській мові граматична категорія роду проявляється в іменниках, які можуть належати до чоловічого, жіночого або середнього роду. Ця особливість визначає граматичні відмінності між формами іменників та впливає на узгодження прикметників і дієслів у реченні. Наприклад, прикметники змінюють свої закінчення залежно від роду іменника: *красивий* для чоловічого роду, *красива* для жіночого роду та *красиве* для середнього роду. Аналогічно, дієслова можуть мати статево-специфічні форми: наприклад, *читає* у реченні про чоловіка та *читаєш* у реченні про жінку. [Piller, 2011]

З перекладацької точки зору ця система роду створює специфічні виклики при передачі українських текстів англійською мовою. На відміну від

української, англійська мова не має граматичної категорії роду для іменників у більшості випадків і використовує займенники *he* чи *she* для вказівки на стать особи. Відповідно, перекладачі змушені вибирати стратегії передачі гендеру:

1. Використання займенників у контексті (*he, she*) для відображення жіночої чи чоловічої статі.

2. Узагальнення через нейтральні слова (*person, individual, people*), коли відомості про стать не критичні.

3. Додаткові описові трансформації, які дозволяють передати семантичне або соціокультурне значення, властиве оригінальному тексту.

Ці відмінності стають особливо помітними при перекладі текстів, де гендерна характеристика іменників є ключовою для розуміння соціального контексту або статусу особи. Наприклад, передача прикметників та дієслів, узгоджених за родом, потребує додаткових лексичних чи синтаксичних рішень в англійській, щоб зберегти смислове навантаження та уникнути втрати інформації про стать.

У перекладі українських гендерно-маркованих іменників на англійську часто застосовуються стратегії адаптації: конкретна професійна маркованість може бути опущена, загальна гендерна характеристика передається за допомогою узагальнених термінів, а семантичні нюанси передаються через контекст або стилістичні трансформації. Переклад українських гендерно-маркованих форм в англомовний текст вимагає застосування спеціальних стратегій адаптації, що забезпечують збереження семантики та соціокультурного змісту оригіналу, водночас враховуючи обмеження граматичної системи цільової мови.

Розглянемо коротко проведений аналіз лексико-семантичних особливостей гендерно маркованих елементів у сучасному соціокультурному перекладі на прикладі короткої замітки з *The New York Times* [83]:

The Explosion of Web Comics Are Driven by Young, Female Readers

Підвищений інтерес до веб-коміксів відбувається завдяки молодим читачкам.

У цьому прикладі гендерна маркованість виражена словосполученням *female readers*. В українському перекладі ця ознака передана через слово *читачки*, що дозволяє зберегти семантичне навантаження та врахувати соціокультурний контекст: акцент на жіночій аудиторії важливий для розуміння мотивів популярності веб-коміксів.

Тобто, в перекладі гендерно марковані елементи можуть зазнавати трансформацій:

- іноді вони уточнюються (як у прикладі з *female readers → читачки*),

- іноді залишаються нейтральними через відсутність відповідного українського кліше,

- адаптуються до контексту, щоб відповідати стилю тексту і очікуванням українського читача.

Це підтверджує, що перекладачі застосовують лексико-семантичні трансформації, щоб зберегти гендерну інформацію, водночас враховуючи мовні й культурні норми цільової аудиторії.

Інші елементи публіцистичного стилю, такі як метафори чи алюзії, можуть не впливати безпосередньо на гендерну маркованість, але трансформації в них також демонструють прагматичний підхід перекладача: забезпечити адекватне сприйняття тексту українським читачем без втрати ключових смислових компонентів, включно з гендерними характеристиками.

Дослідження О. В. Касаткіної-Кубишкіної та Ю. В. Куряти присвячене аналізу гендерно маркованої лексики в англомовних рекламних текстах та особливостям її перекладу українською мовою. Авторки розглядають рекламу як один із найвпливовіших інструментів сучасних економічних та соціокультурних процесів, у якому чітко відображаються гендерні стереотипи та мовні стратегії.

Матеріалом дослідження стали рекламні тексти глянцевих журналів (People, Vogue, Cosmopolitan, Playboy, Reader’s Digest, MAXIM, Viva!) та телевізійні рекламні ролики. У результаті аналізу були виділені такі категорії гендерно маркованої лексики:

1. Ідентифікуючі одиниці (man, woman, займенники), наприклад: *A woman is an island. Fidji is her perfume*; *Every woman has two sides*; *The one gentleman*; *Want him to be more of a man? Try being more of a woman!*

2. Лексеми, що вказують на соціальний статус, наприклад: *Nike: When your son plays the tuba no one wins*; *Durex: Happy Father's Day!*; *Even mom can get a glass!*

3. Одиниці, що позначають вік або родинну роль (mom, daughter, son).

4. Лексеми, які підкреслюють високий соціальний статус референта, наприклад: *Witty. Confident. Devastatingly feminine.*

У низці випадків гендерна маркованість реалізується через контекст, зокрема у використанні власних назв або звертань у другій особі, наприклад: *Gloria Vanderbilt women's jeans: My bottoms are tops*; *Gillette: You are my type.*

Особлива увага приділяється лексико-семантичним відмінностям рекламних текстів, орієнтованих на різні аудиторії. Так, у рекламі для чоловіків простежується тенденція до використання коротких, іноді брутальних висловлювань, стилістично зниженої лексики та наказового способу: *You mean a woman can open it?*; *Yo GUY! Do you leave it UP?*; *Be impossible to forget; Catch the fever; Promise her anything, but give her Arpege.*

Для жіночої аудиторії характерні інші семантичні риси: велика кількість прикметників, образність, акцент на красі, емоційності та елегантності, наприклад: *The fragrance as sexy as you are*; *No more grays, just healthy looking hair*; *Real beauty is more than skin deep.* Часто використовується прийом порівняння «до та після», що посилює стереотип «відповідності нормі»: *Lines are visibly reduced – with results in just 8 days*; *The body is a temple but yours is probably the Taj Mahal on the high street.*

З позиції перекладу дослідниці наголошують на необхідності збереження не лише змісту та прагматики рекламного повідомлення, але й відтворення гендерних характеристик тексту, щоб вони сприймалися адекватно цільовою аудиторією. Відзначено використання таких стратегій:

- Адекватний переклад, наприклад: *L'oreal – Because we're worth it → L'oreal – Тому що ти цього варта*;

- Адаптація, наприклад: *Maybe she's born with it? Maybe it's Maybelline → Всі в захваті від тебе, а ти – від Maybelline*;

- Запозичення без перекладу, наприклад: *Christian Dior J'adore, Armani Si!, Hugo Boss Scent*;

- Залучення позитивних асоціацій із культурою країни-виробника, наприклад: *Nike – Just do it*; *Wrangler – There's a bit of the West in all of us.*

У підсумку дослідження демонструє, що лексико-семантична організація рекламного тексту завжди є гендерно маркованою: реклама може бути чоловічою, жіночою або гендерно нейтральною. При перекладі ключовим завданням є збереження не лише семантики, але й культурно-ціннісних конотацій, щоб текст сприймався українською аудиторією аналогічно до англомовної.

Підкреслюючи важливість даної теми, варто зазначити що гендерно маркована лексика в рекламі виступає соціокультурним кодом, а її переклад вимагає від перекладача не лише мовної компетенції, але й глибокого розуміння стереотипів, цінностей і психології цільової аудиторії.

У перекладі роману Е. Гілберт *«Місто дівчат»* спостерігається комплексне використання стратегій передачі фемінітивів та гендерно-маркованих одиниць мови. Хоча фемінітиви лише недавно закріпилися в українському правописі, їхнє значення та переклад уже зафіксовані у сучасних словниках. Часто для передачі фемінітива або ГМ одиниці достатньо звернутися до словникового відповідника, що стосується професій, соціальних і сімейних статусів, назв самок тварин, а також сленгових одиниць.

Наприклад, у перекладі сленгового слова *dishes*:

- *I don't worry about dishes, my dear* [84, с. 148] → *Дівки мене не обходять, сонечко* [83, с. 148]

Тут переклад ґрунтується на словниковому значенні «дівки», зафіксованому у відповідному словнику сленгу.

Аналогічно, для професійних фемінітивів застосовано прямий словниковий переклад:

- *My grandmother was a master seamstress* [84, с. 18] → *Вона була вправною швачкою* [84, с. 18]

Іменник *seamstress* має суфікс *-ess*, що маркує жіночу стать, а його словниковий еквівалент *швачка* передає цю гендерну характеристику у перекладі.

Для сталих англійських виразів без прямого українського аналога застосовано адаптовану кальку або описовий переклад:

- *These kinds of girls were called "Allotment Annies"* [83, с. 357] → *Таких дівчат називали «доларовими жонами»* [83, с. 357]

Термін *Allotment Annies* описує жінок, які прагнули швидко вийти заміж заради матеріальної вигоди під час війни; у перекладі використано сталий український відповідник, що передає зміст і культурний контекст.

Важливою стратегією є також транспозиція, тобто заміна слова однієї частини мови на слово іншої, що часто застосовується при перекладі фемінітивів:

- *I felt the most sordid and vile* [83, с. 355] → *Я почувалася найгіршою падлюкою* [84, с. 355]

Тут прикметники *sordid* та *vile* замінені іменником «падлюка», що узгоджується з українськими мовними нормами.

- *I was so good at being helpful in that regard!* [83, с. 115] → *У таких справах я була чудовою помічницею!* [84, с. 115]

- *We were both too weird…* [83, с. 420] → *Ми обидві були дивачками <…>* [83, с. 420]

Ще однією широко застосовуваною стратегією є контекстуальна заміна та конкретизація, коли лексеми оригіналу не мають словникових відповідників:

- *<…> referred to as "that swoony perpetual adolescent."* [84, с. 18] → *<…> яку вона називала «вічною дівкою»* [83, с. 18]

- *And there were girls at Vassar* <…> [84, с. 12] → *А ще серед студенток* <…> [84, с. 12]

Контекстуальна заміна дозволяє передати значення слова в межах конкретної ситуації, тоді як конкретизація звужує семантичне поле слова для відповідності мовленнєвим нормам цільової мови.

Для термінів та сталих виразів без прямого відповідника застосовано описовий переклад:

- *I would look like a dead saint* [84, с. 146] → *то стала б схожою на святу, яка віддала Богові душу* [84, с. 146]

- *She was my fixer* [83, с. 385] → *Людиною, яка залагоджувала всі мої питання* [84, с. 385]

Таким чином, переклад роману *«Місто дівчат»* демонструє приклад типового комплексного використання стратегій при перекладу гендеру з англійської мови: словникові відповідники, калькування, транспозицію, описовий переклад, контекстуальну заміну та конкретизацію. Ці методи дозволяють передавати фемінітиви та гендерно-марковані одиниці українською мовою, забезпечуючи збереження семантики, культурного контексту та мовленнєвих норм цільової мови.

Аналіз лексико-семантичних особливостей гендерно маркованих елементів у перекладі засвідчує, що проблема відображення гендеру в мовленні та текстах перекладу є багатовимірною і залежить від низки факторів: морфологічних, синтаксичних, семантичних та соціокультурних. Порівняння української та англійської мов демонструє суттєві відмінності в механізмах кодування гендеру: англійська мова переважно спирається на систему займенників і окремі лексичні маркери, тоді як українська відзначається розгалуженою морфологічною системою родових закінчень, суфіксів і фемінітивів.

Переклад гендерно маркованих одиниць потребує застосування різноманітних стратегій – від прямого словникового відповідника до адаптації, калькування, описового перекладу чи контекстуальної заміни. Особливої

уваги вимагають випадки, коли український текст містить професійні фемінітиви або лексеми з чіткою статевою маркованістю, тоді як англійський варіант тяжіє до нейтралізації або узагальнення. У таких ситуаціях перекладачеві необхідно балансувати між точністю передачі семантики та відповідністю соціокультурним нормам цільової аудиторії.

Розглянуті приклади з художньої літератури, публіцистики та реклами показують, що гендерна маркованість не є лише граматичною категорією, а виконує важливу соціокультурну функцію. У рекламі вона використовується як інструмент впливу на цільову аудиторію, у художньому тексті – як засіб створення образності та передачі ідентичності персонажів, у публіцистиці – як маркер суспільних тенденцій і стереотипів. Переклад таких текстів вимагає від перекладача не тільки мовної компетенції, а й знання соціолінгвістичного контексту, щоб уникнути редукції або спотворення гендерних смислів.

2.3. Стилістичні аспекти передачі гендерної проблематики

2.3.1. Метафорика та порівняння. У різних мовах світу зафіксовано цілий комплекс символів, які відображають уявлення про жіноче й чоловіче начало: інь та ян; Сонце, Вогонь, Тепло – Місяць, Земля, Вода; світле й темне, активне й пасивне; те, що дарує, і те, що приймає. Такі узагальнені та часто стереотипні образи демонструють вплив патріархального світобачення, у якому чоловічі якості – сила, воля, агресія – протиставлялися жіночим, що традиційно асоціювалися зі слабкістю, підлеглістю та залежністю. Це протиставлення формувало нерівну ієрархію соціальних ролей.

Звідси й невипадковим видається те, що у феміністичній лінгвістиці утвердилися “лінгвістичні аксіоми”, за якими стать розглядається як провідний параметр мовленнєвої ідентичності, а “коректна мова” має містити

рівне представлення чоловічих і жіночих номінацій зі співвідносною семантикою. У цьому сенсі гендерний чинник нерідко має більшу вагу, ніж інші стилістико-граматичні особливості тексту.

Наприклад, у романі Б. Картленд *“A Shaft of Sunlight”* зустрічається поширене в англомовній традиції образне порівняння: “<…> her eyes were the transparent blue of a thrush’s eggs”.

Український переклад: “Віконта уразило сонячне сяйво її волосся, блакить очей, яку можна порівняти лише з ніжною блакиттю яєць дрозда” виявився вкрай невдалим, оскільки ігнорує важливий гендерний підтекст. У результаті метафора, яка у вихідному тексті має витончене поетичне звучання, у перекладі виглядає незграбною й навіть вульгарною, що спотворює естетичне враження.

Ще один показовий приклад міститься в романі *“The Lovely Liar”*, де авторка порівнює жінок із персиками: “bmen adored him and fell into his arms like ripe peaches”.

У перекладі: “Жінки обожнювали його і падали в його обійми, немов перестиглі персики”.

В англомовному культурному контексті ця метафора цілком природна, адже слово *peach* має значення “красуня” або “вищий сорт”. В українській же традиції порівняння жінки з “персиком” існує, проте воно забарвлене відчутною маскулінністю й асоціюється з розмовною або навіть просторічною сферою, іноді – з кавказько-східними кліше: *“Ай, який дівчина – ніжний, як персик!”*. Через це буквальне калькування англійського образу, посилене епітетом *“перестиглі”*, викликає в українського читача не адекватні, а часто протилежні культурні асоціації.

У рекламному дискурсі, в якості важливої частини соціокультурного простору, метафора та порівняння виступають одними з провідних стилістичних засобів, що формують гендерно маркований образ продукту. Метафора базується на уподібненні двох предметів або явищ, коли властивості одного з них переносяться на інший, створюючи новий смисловий та

емоційний ефект [Буяр І. Є. 2019, с.202]. Порівняння, на відміну від метафори, підкреслює подібність між явищами, проте не зливає їх у єдине ціле: кожен елемент зберігає свою семантичну та культурну автономність.

У рекламних текстах порівняння виконує особливу функцію – воно дозволяє співвіднести товар з об'єктами, які мають найбільшу цінність у системі гендерних уявлень цільової аудиторії. Тому дослідженню підлягає не лише сам факт уживання порівнянь як стилістичного прийому, а й характер тих об'єктів, з якими співвідноситься рекламований продукт.

Приклад:

LASH Stiletto «Provocative Length» mascara from MAYBELLINE gives to your eyelashes the same seducement, as well as hairpins to your feet [88].

У цьому слогані відбувається метафоричне зіставлення вій із високими підборами, що символізують жіночність, сексуальність та привабливість. При перекладі українською важливо зберегти гендерний підтекст: надмірна буквальність призведе до зниження експресивності, тоді як стилістична адаптація забезпечує адекватність сприйняття у культурному контексті.

Не менш важливим засобом є **гіпербола** – стилістична фігура, заснована на навмисному перебільшенні, яка у рекламних текстах посилює експресію й підкреслює унікальність продукту. Часто гіпербола поєднується з іншими образними прийомами, утворюючи гіперболічні метафори або порівняння.

Приклад:

The elastic brush and the improved formula flourishes Masterpiece Max allow to increase the volume of eyelashes to 400% and to achieve ideal division without lumps [88].

Тут перебільшення обсягу вій у "400%" не має реалістичного характеру, проте виконує виразну прагматичну функцію – формує відчуття винятковості продукту. Для перекладача основне завдання полягає у відтворенні ефекту надмірності та гіперболічності, навіть якщо математичні показники видаються недостовірними.

Особливе місце у жіночій рекламі займає **уособлення**, тобто наділення предметів властивостями живої істоти. Це створює ефект прямої комунікації між товаром і споживачем, що підсилює інтимність і персоніфікованість рекламного повідомлення.

Приклад:

Wear me out. The Kenneth Cole fragrance for her [88].

Тут аромат постає як "живий співрозмовник", що апелює до жіночого досвіду ідентифікації з продуктом. В українському перекладі важливо максимально зберегти антропоморфність образу, інакше втрачається гендерно зумовлений емоційний ефект.

Окремим прийомом є **звукопис**, який сприяє підсиленню фонетичної привабливості слогану. Використання алітерації та асонансу створює додатковий емоційний вплив, зокрема у сфері косметичної реклами, де центральним є відчуттєвий та чуттєвий аспект.

Приклади:

Maybeit's Maybelline (Maybe she's born with it. Maybe it's Maybelline) [88] – повтор звуку [m] створює відчуття таємничості й жіночої привабливості.

Let Hertz put y-o-u-u-u-u in the driver's seat [87] – протяжне [u] підкреслює динамічність та свободу, орієнтуючи рекламу на жінок-водіїв.

Найбільш активно звукопис застосовується у рекламних слоганах косметики, оскільки він допомагає відтворити атмосферу емоційності та "нового відчуття життя", яке продукт обіцяє жінці.

Як у жіночих, так і в чоловічих рекламних текстах значну роль відіграє актуалізація паремій. Використання відомих фразеологізмів чи прислів'їв забезпечує легку впізнаваність і підвищує атрактивність рекламного повідомлення.

Приклади:

Dodge. Grab life by the horns [88] – трансформація ідіоми "взяти бика за роги";

You will not believe the look. They will not believe your eyes [87] – алюзія на сталий вираз “не вірити своїм очам”;

To tie or not to tie [189] – гра на основі класичної шекспірівської цитати.

При перекладі реклами, орієнтованої на певний гендер, можливі різні стратегії передачі гендерної маркованості, включно з акцентуацією маскулінності або фемінності, а також її нейтралізацією. Розглянемо приклад нейтралізації гендеру в жіночій рекламі: «A floriental, absolutely feminine, gentle, and long lasting fragrance, що українською перекладається як «Квітковий, ніжний і стійкий східний аромат для справжньої жінки». [Oxford University Press, 2022]

Прикметник «floriental», утворений шляхом поєднання «floral» та «oriental», є яскравим експресивним означенням із вираженою фемінною конотацією, що прямо вказує на жіночу аудиторію. Оскільки в українській мові немає прямого еквівалента для цього неологізму, у процесі перекладу гендерний маркер було усунуто. Незважаючи на це, рекламна функція та експресивність тексту зберігаються завдяки використанню інших епітетів, що свідчить про доцільність нейтралізації гендеру в даному випадку.

Таким чином, метафора, порівняння, гіпербола, уособлення, звукопис та паремії у рекламних текстах виконують не лише естетичну, а й гендерно марковану функцію, оскільки спрямовані на формування певних образів жіночності чи мужності. При перекладі з англійської на українську головним завданням стає не буквальне відтворення образів, а передача їхньої стилістичної та культурно зумовленої гендерної семантики.

2.3.2. Фразеологія та ідіоматика гендерної маркованості. У процесі перекладу англійських фразеологізмів важливо враховувати механізми вираження гендерної опозиції «чоловік–жінка», що здійснюються як граматичними, так і лексичними засобами. Серед граматичних репрезентантів виступають іменники, займенники, прикметники, що вказують на денотат певної статі, а також морфологічні маркери, зокрема

категорія роду, яка реалізується через флексію, і словотвірні форманти. Гендерна диференціація може проявлятися й суплетивним способом.

Перекладачі англійських фразеологізмів на українську стикаються з проблемою адекватної передачі гендерної маркованості, оскільки англійська мова часто використовує гендерно нейтральні форми, а українська передбачає морфологічне або лексичне позначення статі. Зокрема, при перекладі фразем, що мають явну маскулінну або фемінну конотацію, важливо зберегти соціокультурний контекст та експресивність, водночас дотримуючись норм цільової мови. Аналітичний матеріал свідчить, що в українській фраземіці спостерігається переважання чоловічих образів, що відповідає правилу андроцентричності (the Androcentric rule, Дж. Коатс), яке полягає у більшій представленості у мові осіб чоловічої статі порівняно з жіночою.

Дослідження науковців підтверджують, що у семантичній структурі фразеологічних одиниць можуть бути виділені окремі граматичні семи, які поділяються на макро- та мікроелементи. Макроелементи відображають найбільш узагальнені граматичні категорії, зокрема семи дії, предметності чи стану. Мікроелементи ж пов’язані з конкретнішими граматичними характеристиками, такими як число, рід, відмінок, а також дійсний чи пасивний стан. У межах аналізу гендерного складника особливий інтерес становлять семи, що безпосередньо маркують статеву ознаку.

Семантика фразеологізмів здатна відображати не лише мовну структуру, а й соціальну значущість гендерних ролей [Андрійченко Ю. В. 2020, с. 312]. Вона фіксує можливі шляхи набуття соціального статусу, зумовленого статтю, та підкреслює нормативність або відхилення від неї. Кожна фразеологічна одиниця у цьому контексті виконує регулятивну функцію – слугує настановою щодо бажаних або небажаних соціальних моделей поведінки. Таким чином, значення фразеологізму постає своєрідним «індикатором» правильності чи хибності певної позиції, відображаючи суспільні уявлення про гендер. Прийняття або відкидання певного «гендерного образу» стає підґрунтям для

формування соціальної ролі, що водночас маркує «гендерну повноцінність» індивіда.

Експліцитна реалізація гендерного компоненту у складі ідіом визначається наявністю лексичних маркерів, які прямо позначають чоловічу чи жіночу стать (he, she, man, boy, girl, woman, lady тощо), або ж людини загалом без віднесення до статі (somebody, everyone, person). У таких випадках маркованість проявляється у двох площинах – плані вираження та плані змісту, тобто гендерний показник закріплений як у формальній структурі, так і в семантиці одиниці: man of the moment – «чоловік, що відіграє ключову роль у певний момент»; lady-killer – «чоловік, що має численні інтимні стосунки з жінками»; a fallen woman – «жінка, позбавлена суспільної поваги через позашлюбні сексуальні стосунки» [Hornby A.S. 2010, p.606].

Двопланова маркованість англійських фразеологізмів дає змогу виділити два критерії добору матеріалу:

1. семантичний принцип – відбір за наявністю гендерних сем у змісті, тобто лексем, що вказують на стать;

2. структурний принцип – відбір за компонентами, які прямо позначають гендер у внутрішній організації фразеологізму [Hnatiuk, 2017, p.18].

Фразеологічна система мови має потужний інтерпретаційний потенціал, який розкривається завдяки аналізу прихованих смислів. Адже «будь-який актуалізований мовний вислів може містити додаткові елементи плану змісту, не завжди прямо пов’язані з його формальною структурою» [Архангельська А.М. 2013, С. 27].

Дослідження з психології та лінгвістики гендерних стереотипів доводять, що навіть одиниці без експліцитних гендерних маркерів можуть викликати у свідомості стереотипні асоціації. Так, фразеологізми, які не мають безпосереднього зв’язку з гендером, часто актуалізують уявлення про жіночність (слабкість, краса) чи мужність (сила, стриманість), відображаючи соціокультурні очікування та коннотації [Гальчак Т. В. 2010С. 7].

Аналіз англомовних ідіом із гендерним компонентом засвідчує, що вивчення їхньої семантики потребує врахування етнокультурної специфіки та міжмовних відповідників. У перекладі на українську мову особливого значення набуває не механічне відтворення структурних аналогів, а розкриття внутрішніх смислових зв'язків, які визначають культурологічну релевантність одиниці [Бабак М. 2021, 17 с]. Саме тому фразеологізми з гендерною маркованістю вимагають комплексного підходу, що враховує як формальні, так і концептуальні відмінності двох мовних систем.

У межах лінгвокогнітивного аналізу ідіома постає не лише як мовний знак, а й як складна когнітивна структура, яка містить кілька рівнів інформації: денотативний, оцінний, емотивний, мотиваційний і культурно-стилістичний. У перекладацькому аспекті це означає, що передача гендерно маркованої фразеології потребує не лише мовної трансформації, але й актуалізації фонових знань, які активуються у свідомості носія мови [Зінкевич К. 2018].

Формування мовної картини світу відбувається внаслідок складної взаємодії мови й мислення. Як наголошує В. І. Карасик, її складниками є образи та поняття, що відображають колективні уявлення про дійсність [В.І. Карасик. 2019. 88 с.]. У перекладі англійських ідіом із гендерною маркованістю саме образний компонент виступає ключовим, адже він акумулює культурний, соціальний та ментальний досвід спільноти. Для українського реципієнта це означає, що відтворення ідіоми неможливе без урахування когнітивного підґрунтя та культурних стереотипів.

Фразеологізм як вторинна номінація має вищий семантичний потенціал порівняно з окремим словом, оскільки містить образ, що є репрезентантом суспільного й культурного досвіду [Руденко М. 2019. 100 с.]. Ребрій О. В. підкреслює, що фразеологічні одиниці віддзеркалюють когнітивну діяльність мовної спільноти, зокрема її уявлення про соціальні ролі та міжособистісні стосунки [Ребрій О. В. 2012 с. 55]. У процесі перекладу це означає необхідність застосування когнітивних процедур, здатних декодувати приховані асоціативні та культурні смисли.

Когнітивний підхід дає змогу виявити, як у семантиці ідіом відображаються стереотипні образи «мужності» та «жіночності». Це особливо важливо у випадках, коли англійський фразеологізм містить культурно зумовлену оцінність, яка в українській мові може бути нейтралізованою або трансформованою. Таким чином, переклад гендерно маркованих ідіом вимагає не лише формального еквівалента, а й адекватної передачі культурних конотацій [Смолл Б. 2018.].

Як слушно зазначає Маслова Ю. П., когнітивний аналіз фразеологізмів із гендерним компонентом розкриває їх антропоцентричну сутність: у їхній семантиці акумульовано культурний «багаж», що відображає уявлення про роль і статус чоловіків і жінок у суспільстві [Маслова Ю. П. 2015 с. 602]. Для перекладача це означає необхідність урахування не лише лінгвістичного рівня, а й соціокультурного концепту гендеру, що постає у вигляді інформаційної матриці, доступної для інтерпретації у двох мовних системах.

Отже, у перекладі англійських гендерно маркованих ідіом українською мовою ключовим є поєднання лінгвістичного й когнітивного аналізу. Такий підхід дозволяє відтворити концепти «чоловіче» та «жіноче» у відповідності до національно-культурної картини світу, уникнути втрати змістових нашарувань і забезпечити адекватність відображення гендерних стереотипів у мові перекладу.

Фразеологізми англійської мови з гендерним компонентом часто ґрунтуються на певних культурних реаліях, відомих носіям мови-джерела, проте не завжди прозорих для українського реципієнта. Наприклад, вираз *blue stocking* («синя панчоха») в англійському контексті означає освічену жінку, що бере участь у наукових чи літературних дискусіях. Проте буквальний переклад не розкриває гендерно маркованої семантики, закріпленої в історичній традиції Англії XVIII ст., де цей образ мав як позитивні, так і іронічно-зневажливі відтінки. В українській мові відтворення цього вислову вимагає або адаптації («інтелектуалка», «вчена жінка»), або коментаря для збереження культурного підтексту.

Подібні труднощі виникають із біблеїзмами (*a wolf in sheep's clothing* – «вовк в овечій шкурі») чи античними алюзіями (*Homeric laughter* – «гомеричний регіт»), які мають свої відповідники в українській традиції, однак у гендерному аспекті можуть набувати додаткових інтерпретацій. Наприклад, метафорика «овечості» чи «слабкості» традиційно асоціюється з жіночністю, тоді як образ «вовка» або «гомеричного сміху» тяжіє до маскулінних характеристик.

Значний пласт англійських гендерно маркованих фразеологізмів пов'язаний з соціальними стереотипами, які не завжди мають прямі відповідники в українській культурі. Так, *the weaker sex* («слабка стать») широко вживаний в англомовному просторі для позначення жінок, тоді як в українській мові подібна метафора також існує, проте її сучасне використання значною мірою маркується іронічністю чи застарілістю. Це свідчить про динамічність гендерних уявлень у мовній картині світу різних культур.

Таким чином, культурні відмінності безпосередньо впливають на переклад англійських гендерно маркованих ідіом українською. Основними чинниками перекладацьких трансформацій є:

1. Національно-історична специфіка внутрішньої форми, що часто потребує адаптації чи коментаря.
2. Культурні асоціації, пов'язані з гендерними стереотипами, які можуть мати відмінні конотації в англійській та українській мовах.
3. Соціальна динаміка уявлень про маскулінність і фемінінність, що зумовлює переосмислення усталених ідіом у сучасному мовному вжитку.

Відповідно, переклад англійських гендерно маркованих фразеологізмів не може обмежуватися пошуком формальних еквівалентів, а має здійснюватися з урахуванням лінгвокультурологічного контексту, що забезпечує адекватну передачу образності, емоційності та соціокультурного змісту.

Гендерно марковані фразеологічні одиниці становлять особливий пласт англомовної ідіоматики, оскільки відображають культурно зумовлені

уявлення про маскулінність і фемінінність, зафіксовані у свідомості носіїв мови. Їх переклад українською мовою потребує не лише лінгвістичної адекватності, але й урахування соціокультурного контексту, адже будь-який гендерний компонент має певну конотацію, яка може або збігатися, або відрізнятися від української мовної традиції.

1. Стратегія еквівалентного відтворення

У випадках, коли англійський фразеологізм має усталений український відповідник із подібним гендерним маркуванням, перекладач застосовує пряму відповідність.

The softer sex → «слабка стать». В обох мовах цей зворот позначає жінок, водночас підкреслюючи традиційне стереотипне уявлення про жіночу «слабкість». Однак у сучасному українському дискурсі він дедалі частіше набуває іронічного відтінку, що потребує врахування при виборі стилістики перекладу.

2. Стратегія контекстуальної адаптації

Часто буквальний переклад не розкриває культурно обумовленої семантики, тому перекладач вдається до адаптації.

Yesterday's man → «політик минулого», «людина, чий час минув». Дослівний варіант («учорашній чоловік») не несе адекватного змістового навантаження українською мовою, тому переклад спрямований на передачу метафорики «втрати актуальності», а не формального образу.

3. Стратегія описового перекладу

Застосовується тоді, коли в українській мові немає усталеного відповідника, а збереження внутрішньої форми важливе для розуміння культурного підтексту.

An earth mother → «жінка, яка має природний материнський хист». Тут передається не буквальний образ, а його культурна інтерпретація — ідеалізований образ жінки-матері, що імплікує фемінінні характеристики.

4. Стратегія стилістичної нейтралізації

У випадках, коли гендерний компонент у мові-джерелі має яскраво марковану, але в українському контексті може бути сприйнятий як застарілий чи некоректний, перекладач знімає експресію.

A big stiff → «незграбний чоловік», «дурень». В українському перекладі прибирається натяк на фізичну грубість чи «маскулінну незграбність», натомість зберігається ключова характеристика — негативна оцінка особи.

5. Стратегія компенсації

Інколи певні гендерні асоціації не можуть бути прямо передані, тоді перекладач використовує компенсацію в іншому фрагменті тексту.

Big noise → «велика шишка», «важлива персона». Хоча англійський зворот не маркує стать, у контексті він традиційно пов’язується з чоловічою сферою влади чи впливу. Український відповідник не має чіткого гендерного маркування, однак компенсує його стилістичною експресивністю.

6. Стратегія калькування з коментарем

Доцільна при перекладі ідіом, пов’язаних із культурними реаліями, де збереження автентичності важливе для розуміння тексту.

Blue stocking → «синя панчоха (жінка-інтелектуалка)». У такому випадку буквальний переклад супроводжується поясненням, що забезпечує відтворення гендерної конотації й історико-культурного контексту.

Переклад гендерно маркованих фразеологізмів з англійської мови на українську виявляє амбівалентну тенденцію щодо відтворення стереотипів. З одного боку, у випадках наявності прямих еквівалентів («the softer sex» – «слабка стать») відбувається збереження традиційних гендерних уявлень, що закріплює усталені культурні стереотипи. З іншого боку, застосування стратегій адаптації, нейтралізації чи описового перекладу сприяє нівелюванню гендерної маркованості та перенесенню акценту з біологічних чи соціально зумовлених характеристик на універсальні риси особистості. Таким чином, переклад може як репродукувати патріархальні уявлення, так і виступати

інструментом їх поступового розмивання, залежно від вибору перекладацької стратегії та комунікативного завдання.

Тож, фразеологія та ідіоматика гендерної маркованості вимагають від перекладача комплексного підходу, що враховує як граматичні та лексичні засоби передачі статі, так і соціокультурну специфіку цільової мови. Адекватна передача гендерної інформації є ключовою для збереження семантичної повноти, експресивності та функціональної ролі фразеологічних одиниць у перекладі.

2.3.3. Сленгові та емоційно-оцінні лексичні засоби. Переклад сленгових та емоційно-оцінних лексем, що містять гендерну маркованість, посідає особливе місце у перекладознавчих дослідженнях, оскільки ці одиниці є носіями не лише денотативного, але й культурного та прагматичного змісту. Сленг та інші засоби зниженої лексики виконують функцію соціального маркера, і водночас вони часто закріплюють стереотипні уявлення про чоловічі та жіночі ролі. У процесі перекладу постає завдання не тільки передати змістову інформацію, але й відтворити експресивність, образність та соціокультурну специфіку вихідного тексту.

Однією з головних проблем є пошук українських еквівалентів англійських сленгізмів, які несуть гендерну конотацію. Наприклад, лексеми *fox* («приваблива дівчина»), *bimbo* («безглузда, але красива жінка»), *chick* («дівка», «малолітка») мають в англійській культурі виразне емоційно-оцінне забарвлення та нерідко передають зневажливе або фамільярне ставлення. Український переклад цих одиниць не завжди може зберегти їхній повний семантичний та прагматичний спектр: у багатьох випадках перекладач змушений обирати між стилістично маркованими відповідниками («кралечка», «дурненька красуня», «ципочка») та нейтралізованими варіантами («дівчина», «жінка»), що знижує експресивність, але нівелює гендерну дискримінаційність.

З іншого боку, у чоловічій сфері сленг часто відображає ідею сили, влади або товариської солідарності. Приклади на кшталт *dude* («чувак»), *badass*

(«крутий», «брутальний»), *big shot* («важлива персона», «шишка») формують позитивно оцінюваний образ чоловіка. В українському перекладі такі одиниці зазвичай знаходять досить близькі еквіваленти, проте вони також відтворюють гендерні стереотипи, пов'язані з домінуванням чоловічих ролей.

У перекладацькій практиці використовуються різні стратегії передачі гендерно маркованих сленгізмів:

1. **Еквівалентний переклад** – відтворення емоційності та стилістики оригіналу за допомогою українських аналогів:

- *wild-assed* – «відморожений»;
- *top-notch* – «суперовий»;
- *dude* – «чувак»;
- *fox* – «приваблива дівчина».

Цей прийом забезпечує максимальне збереження експресивності та гендерної маркованості.

2. **Нейтралізація** – використання стилістично нейтральних слів, які передають лише загальний зміст. Наприклад, *laid-back* може бути перекладено як «спокійний», хоча в англійській мові ця одиниця має яскраво виражене розмовне забарвлення. Нейтралізація дає змогу уникнути небажаних конотацій, але часто зменшує емоційність тексту.

3. **Генералізація** – заміна конкретного поняття загальнішим:

- *green* («бакси») → «гроші»;
- *snow* («морфін, героїн, кокаїн») → «наркотики».

Подібна стратегія дозволяє уникати культурних непорозумінь, однак призводить до втрати стилістичного ефекту.

4. **Калькування та напівкалькування** – створення нових українських слів за зразком англійських:

- *airhead* → «порожня голова»;
- *bookworm* → «книжковий черв'як»;
- *miniskirt* → «міні-спідниця».

Такі способи допомагають зберегти структурну своєрідність, але не завжди передають емоційність.

5. **Описовий переклад** – використовується тоді, коли прямого еквівалента немає:

arm-twister («той, хто сильно тисне, змушує») → «напосідатися, змушувати силою».

Цей прийом є інформативним, але надмірно громіздким і менш експресивним.

Особливої складності набуває переклад тих англійських сленгізмів, які містять приховані або подвійні конотації. Наприклад, вислів *to blow one's top* має яскраво образний характер («вибухнути від гніву»), проте у перекладацькій практиці часто вживається нейтральний варіант «сердитися». У результаті втрачається метафоричність та емоційний заряд оригіналу. Розглянемо зразки перекладу англійських гендерно маркованих сленгізмів українською мовою в додатку А.

Загалом можна стверджувати, що переклад гендерно маркованих сленгізмів перебуває між двома крайнощами: з одного боку, він може відтворювати стереотипи, закріплені у вихідній мові (*chick* – «ципочка»), а з іншого – нівелювати їх, використовуючи стилістично нейтральні або описові засоби («дівчина»). Остаточний вибір перекладацької стратегії залежить від прагматичних завдань тексту, комунікативної ситуації та позиції перекладача щодо відтворення чи згладжування гендерної маркованості.

Таким чином, аналіз перекладу сленгових та емоційно-оцінних гендерно маркованих одиниць свідчить про багатоваріантність перекладацьких рішень. Найбільш адекватним у більшості випадків є використання функціональних аналогів, які дозволяють максимально зберегти експресивність та культурно обумовлені відтінки оригіналу. Водночас нейтралізація та описовий переклад відіграють важливу роль у тих випадках, коли прямий еквівалент загрожує спотворенням змісту або посиленням стереотипних конотацій.

РОЗДІЛ 3
ПРАГМАТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ ГЕНДЕРНО МАРКОВАНИХ ОДИНИЦЬ

3.1. Гендерно марковані займенники та їх передача в перекладі

Умовно можна виокремити кілька видів гендерно маркованих займенників, що мають безпосереднє значення для перекладацької практики.

1. **Бінарні особові займенники (he / she)**. У сучасній англійській мові ці займенники виконують базову функцію позначення статі. В українській мові відповідниками є «він» та «вона». Однак при перекладі виникають труднощі у випадках, коли англійська мова використовує узагальнене *he* (традиційно характерне для офіційного та наукового стилів XX ст.), що в українській вимагає або гендерно нейтрального перефразування («особа», «той, хто…»), або вживання подвійних форм («він/вона»). Таким чином, навіть у межах бінарних займенників простежується потреба адаптивних стратегій для уникнення дискримінаційних конотацій.

2. **Узагальнено-особові займенники (generic pronouns)**. До цієї групи належать випадки, коли англійська мова вживає *he* або *they* для позначення будь-якої особи незалежно від статі. В українській традиційним є використання форм чоловічого роду («кожен», «будь-хто», «ніхто»), що підкреслює маскулінну домінанту граматичної системи. Сучасна перекладацька практика демонструє тенденцію до введення варіантів із гендерною симетрією («кожен і кожна»), однак така стратегія часто ускладнює текст стилістично.

3. **Небінарні займенники**. Новітні англійські форми (*they* у значенні однини, а також неологізми *ze/zir, xe/xem* та ін.) відображають соціокультурний запит на репрезентацію небінарних ідентичностей.

Українська мова поки що не має усталених відповідників. У перекладі реалізуються кілька стратегій:

- вживання множинного займенника «вони» для однини;

- описові варіанти («ця особа», «людина»);

- уникання займенника шляхом перебудови речення;

- експериментальні спроби створення нових форм (наприклад, «ікс»), що поки що не набули широкого поширення.

Вибір стратегії залежить від жанру тексту та ступеня чутливості до питань ідентичності.

4. **Родові та присвійні займенники**. У перекладі складність становлять не лише особові форми, а й присвійні (*his / her*), оскільки англійська мова дозволяє чітко маркувати стать суб'єкта дії. В українській мові при використанні «його/її» ця маркованість зберігається, проте в контекстах небінарності перекладач змушений вдаватися до перифразів («належний особі», «власний»).

Небінарні займенники можуть бути систематизовані за кількома критеріями: від способів репрезентації гендерної ідентичності до функціональних характеристик у мовній системі та особливостей уживання в соціокультурному контексті. Сукупність цих параметрів визначає специфіку їх поширення й розвитку, а також відображає трансформацію суспільних норм і мовних практик.

Окрему групу становлять нейтральні займенники, які не співвідносяться з жодною з традиційних гендерних категорій. Їх основна функція полягає у забезпеченні мовної інклюзивності для осіб, котрі не ідентифікують себе з чоловічою чи жіночою статтю. Найбільш усталеним прикладом є форма they в однині, яка набула значної частотності в сучасній англійській мові та використовується для позначення індивідів із невизначеною або небінарною гендерною приналежністю. Завдяки універсальності та граматичній прийнятності ця форма (they/them) фактично стала стандартом у контекстах, що потребують гендерної нейтральності [Єщенко Т.А. 2019. 224 с].

До іншої групи належать альтернативні гендерні займенники, які заміщують традиційні he/she, проте водночас відображають нові відтінки гендерної ідентичності. Такі форми, як ze/zir чи xe/xem, активно функціонують у середовищах, де підтримується ідея гендерної інклюзивності. На відміну від нейтральних форм, вони не прагнуть до повного усунення гендерної маркованості, а радше забезпечують додаткові можливості для самовираження поза межами класичної бінарної опозиції [Ponomarenko O. 2021 p. 101].

Граматичні параметри небінарних займенників становлять особливу сферу дослідження, адже демонструють, яким чином мова реагує на соціокультурні зміни. Їхнє зростаюче поширення засвідчує не лише потребу у відображенні нових ідентичностей, але й виклики для традиційних мовних систем. Впровадження небінарних займенників у різні мови світу вимагає адаптації до морфологічних, синтаксичних та лексичних особливостей кожної мовної структури. Так, англійська мова завдяки аналітичному характеру демонструє значну гнучкість у засвоєнні подібних новацій, тоді як українська, будучи синтетичною мовою з розвиненою категорією роду та відмінюванням, стикається з більшими граматичними обмеженнями. Порівняльний аналіз цих двох мов дає змогу простежити як потенціал, так і бар'єри у впровадженні небінарних форм.

В англійській мові найбільш уживаним засобом позначення осіб із небінарною гендерною ідентичністю є займенник *they* у формі однини. Його використання має тривалу історію, що сягає XIV століття, і вже отримало кодифіковане визнання в авторитетних словниках, зокрема *Oxford English Dictionary* та *Merriam-Webster* [Oxford University Press, 2010.]. Займенник *they* є граматично інваріантним: форми *them* і *their* виконують відповідно об'єктну та присвійно-атрибутивну функції. Завдяки такій морфологічній стабільності ця форма виявилася зручною для повсякденного вживання як у розмовній, так і в офіційно-публіцистичній комунікації.

Українська мовна система демонструє значно жорсткіші обмеження у спробах інтеграції небінарних займенників. Її синтетична природа ґрунтується

на категорії роду, що поширюється на всі частини мови, включаючи займенники, прикметники та дієслова. Особові займенники *він, вона* та *воно* відображають чоловічий, жіночий і середній рід відповідно, і всі вони підлягають відмінюванню. Тому створення нових небінарних форм вимагає врахування системи відмінків, що значно ускладнює їх упровадження. Попри ці труднощі, у сучасному дискурсі існують ініціативи лінгвістів та активістів, спрямовані на пошук інклюзивних варіантів.

Додаткову складність становить узгодження займенників із прикметниками та дієсловами. Якщо в англійській мові форма *they* не впливає на структуру дієслова (пор.: *They are happy; They love reading*), то в українській мові рід і число визначають форму прикметників, дієприкметників і присудка. Це створює численні перешкоди для впровадження гендерно нейтральних форм. Відтак, англійська мова, завдяки аналітичній будові, виявляє значну гнучкість у функціонуванні небінарних займенників, тоді як українська система з її високим рівнем морфологічної маркованості зустрічає суттєві виклики.

Питання впровадження нових займенникових форм у перекладі виходить за межі суто граматичних проблем і охоплює соціокультурний вимір. Мовна система не лише віддзеркалює соціальні відносини, але й бере участь у їхньому формуванні, зокрема через закріплення гендерних ролей. Використання мови з чіткою гендерною маркованістю може сприяти відтворенню стереотипів і нерівності, тоді як гендерно нейтральні стратегії допомагають мінімізувати упередження та створюють підґрунтя для більш інклюзивного дискурсу [Андрійченко Ю. В. 2020. с. 44].

Переклад небінарних займенників з англійської на українську мову є багаторівневим завданням, що поєднує граматичні, культурні та стилістичні аспекти. Одним із головних викликів є збереження нейтральності, адже більшість українських особових займенників марковані за родом. Наприклад, конструкція *they said* може передаватися як «він сказав», «вона сказала» або у формі безособової конструкції «було сказано», що, однак, змінює

прагматичний акцент висловлювання. Спроби впровадження нових форм, наприклад вживання *вони* в однині, часто викликають спротив через розбіжність із усталеними мовними нормами.

Також проблемним залишається відтворення стилістичного ефекту. У художніх і публіцистичних текстах небінарні займенники часто виконують функцію маркування індивідуальності персонажа або створення особливої емоційної тональності. В українському перекладі це потребує додаткових компенсаторних стратегій. Як слушно зазначає О. Ребрій, адекватність перекладу часто вимагає застосування семантико-стилістичних трансформацій, адже формальна відповідність не завжди збігається з функціональною [Лук'янова Т. Г. 2012, с. 90].

У цьому контексті доцільним є використання різних перекладацьких підходів. Один із них - функціональний еквівалент, коли для досягнення комунікативної мети застосовуються безособові конструкції або форми множини. Інший - адаптаційна стратегія, що враховує культурний контекст цільової аудиторії й може передбачати коментарі чи пояснення перекладача. Окремо варто згадати корпусний підхід, орієнтований на аналіз наявних перекладів і вироблення рекомендацій щодо стандартизації. Сукупність цих стратегій сприяє формуванню більш узгоджених практик передачі небінарних займенників і поступовому наближенню української мови до інклюзивних комунікативних норм.

3.2. Відображення гендерної проблематики в юридичних та інституційних текстах

Нормативно-правові документи, серед яких конституція держави та законодавчі кодекси, регулюють повсякденну діяльність практично кожного громадянина. Це свідчить про їхній вагомий вплив на суспільне життя та

підкреслює особливу відповідальність перекладача, який працює з такими текстами. Мова права є багатогранним явищем, що охоплює кілька сфер: мову юридичної науки, освіти й спеціалізованої літератури, а також мову законів, правових і нормативних актів та їхніх інтерпретаційних документів.

Правничий дискурс має низку характеристик, які визначають його складність і специфіку під час перекладу. Лексичний рівень правових текстів поєднує термінологічні одиниці та спеціалізовану лексику з широким шаром загальновживаних слів. При цьому переважна частина словника таких текстів є нейтральною, що забезпечує доступність і зрозумілість викладеної інформації незалежно від рівня підготовки адресата. Водночас термінологічна та спеціальна лексика вживається виключно у прямому значенні, що гарантує однозначність, точність та офіційність викладу.

Стилістично нормативно-правові акти характеризуються офіційністю, стандартизованістю та нейтральністю. Для них притаманні чіткість, лаконічність, сталі мовні формули, тоді як художня виразність, емоційне забарвлення чи стилістична піднесеність є несумісними з природою таких текстів. Саме тому в процесі перекладу важливим завданням є збереження експресивної нейтральності, адже правові документи спрямовані не на емоційний вплив, а на регулювання суспільних відносин та формування правової поведінки громадян.

Високий рівень точності та відсутність експресивності досягаються шляхом уникнення метафоричності, синонімічних варіацій і порівнянь. Також нормативні акти тяжіють до безособовості, що реалізується через пасивні форми дієслів і використання лексики з невизначеною особовою референцією. Ця риса сприяє універсальності тексту та орієнтує його на максимально широку аудиторію.

Оскільки нейтральність і безособовість правових текстів є ключовими вимогами до їхнього функціонування, особливого значення набуває гендерний аспект. Уникнення небажаного гендерного маркування є необхідним елементом нейтралізації стилістичного забарвлення та забезпечення рівного

ставлення до всіх адресатів. Проте для його детального аналізу доцільно спершу уточнити зміст поняття «гендер» та визначити його роль у сучасній лінгвістиці.

Гендерна маркованість у мові реалізується як на граматичному рівні, так і в соціокультурному вимірі. В англійській мові це насамперед відображено у вживанні особових займенників *he, she, it*, що узгоджуються з назвами осіб відповідної статі (*son – he, mother – she, sun – it*). Крім того, поширеним засобом вираження фемінності є словотвірні суфікси, зокрема *-ette, -ess, -ine* (*bachelorette, hostess, heroine*). Важливою рисою англійської мови є те, що жіночі номінації здебільшого формуються на базі чоловічих, що простежується у словах *god – goddess, waiter – waitress*. Такий принцип словотвору відображає нерівність гендерних ролей та, у певному сенсі, маргіналізує жіночі форми у «чоловічоцентричному» мовному середовищі. Це, у свою чергу, надає лексемам емоційно-оцінного відтінку, який стає особливо значущим у перекладацькій практиці, зокрема під час відтворення текстів правового характеру.

Англійська мова має також низку морфем, які маркують чоловічий рід, серед них – суфікси *-er, -or*. Вони активно функціонують у лексиці, що вважається нейтральною, проте фактично використовується для позначення осіб обох статей. Цей момент стає очевидним у процесі зіставлення англомовних перекладів та україномовних оригіналів правових документів. Так, у перекладеному фрагменті Сімейного кодексу України знаходимо: *“A marriage between the adopter and the child he/she adopted may be registered only if the adoption has been terminated”*. Лексема *adopter* формально охоплює як чоловічу, так і жіночу референцію, однак на морфемному рівні містить маскулінний показник *-er*.

В українській мові словотвірні механізми ще виразніше демонструють гендерну маркованість. Це проявляється у використанні продуктивних маскулінних суфіксів, як-от *-ач, -ар, -ир, -тель*. Наприклад, у тексті-оригіналі Сімейного кодексу закріплена форма *усиновлювач*, що містить виразний

показник чоловічого роду (*-ач*). Таким чином, навіть у рамках формально нейтральної правової термінології відтворюється приховане гендерне забарвлення.

Ще одним важливим аспектом є система займенників. В англійській мові для забезпечення гендерної інклюзивності застосовуються форми *they* (в однині) або комбінація *he/she*. В українській мові усталеного небінарного варіанта наразі не існує, тому у формальному дискурсі переважно використовують конструкцію *він/вона*. Водночас оригінальні тексти законодавчих актів часто демонструють маскулінну упередженість. Так, у реченні *«Шлюб між усиновлювачем та усиновленою ним дитиною може бути зареєстровано лише в разі скасування усиновлення»* займенники *ним* та *йому* закріплюють чоловічу форму навіть у тих випадках, коли йдеться про осіб обох статей.

У перекладеному варіанті цього ж положення (*"Whenever the mother, the father of a child has not attained the full age … shall have the duty to assist him/her in exercising his/her parental rights"*) знаходимо спробу нейтралізації через використання подвійної форми *him/her*. Таким чином, англомовний текст виявляється менш гендерно маркованим, ніж його україномовний оригінал.

Отже, проблема передачі гендерної маркованості у правових текстах є багатовимірною. Використання іменників завжди передбачає належність до певного граматичного роду, що робить неможливим абсолютне усунення гендерних конотацій. Навіть такі формально інклюзивні лексеми, як *особа* чи *дитина*, у процесі синтаксичного узгодження вимагають фемінінних форм, тоді як слова на зразок *учасник* або *опікун* автоматично відтворюють маскулінність. Відтак забезпечення гендерної нейтральності у перекладі правових документів потребує не лише словникових трансформацій, а й продуманих граматичних і стилістичних рішень.

Відмінності у лексичній системі та у функціонуванні граматичної категорії роду в українській та англійській мовах створюють певну «дистанцію» у відтворенні гендерних смислів. Так, прикметник

«неповнолітній», який має виразний маскулінний маркер, у контексті правового тексту позначає одного з батьків. В українській мові відсутні як гендерно нейтральні еквіваленти для цього поняття, так і загальноприйняті небінарні займенники, що робить уникнення гендерної маркованості у подібних випадках практично неможливим. Таким чином, досягнення максимальної нейтральності в українському варіанті перекладу суттєво ускладнене через системні обмеження мови.

На відміну від цього, англійська мова пропонує широкий спектр гендерно нейтральних номінацій, що дозволяють уникати надмірного акцентування статі: *parent* замість *mother/father*, *person* замість *woman/man*, *child* замість *daughter/son*, *sibling* замість *brother/sister*. В українській же мові лише частина цих номінацій знаходить адекватні відповідники. Зокрема, нейтральними вважаються слова *«особа»* та *«дитина»*, однак вони належать до граматичного жіночого роду, що все одно спричиняє латентне гендерне маркування. Лексеми *parent* та *sibling* залишаються без повноцінних українських небінарних відповідників.

Найбільш продуктивним шляхом досягнення гендерної нейтральності в українських перекладах правових документів є використання збірних іменників середнього роду та форм множини (за умови збереження точності змісту). Так, у формулюванні *«Сімейний кодекс України визначає засади шлюбу, особисті немайнові та майнові права і обов'язки подружжя…»* [39] англомовний варіант містить нейтральне слово *spouses*, що позначає подружжя незалежно від статі. Іншим прикладом є переклад англійського *parents* як *«батьки»*. Водночас у цьому випадку відбувається посилення гендерної маркованості, адже українська лексема походить від слова *«батько»* і акцентує чоловічий компонент у структурі родини.

Таким чином, англійська мова пропонує більше інструментів для формування небінарної та інклюзивної термінології, тоді як українська система через граматичні та словотвірні обмеження зберігає значний рівень

гендерної маркованості навіть у номінативних засобах, що претендують на нейтральність.

У процесі перекладу правових документів особливі труднощі виникають під час відтворення спеціалізованої термінології, яка за своєю природою потребує стандартизованої, клішованої передачі. Водночас важливе місце займає нейтральна, загальновживана лексика, оскільки саме вона становить значну частину нормативно-правових текстів. Завдання перекладача полягає у збереженні експресивної нейтральності та уникненні будь-яких відхилень від емоційно неупередженого стилю, притаманного мові оригіналу.

Надмірне використання гендерно маркованих одиниць у правових текстах здатне зумовити небажану гендерну забарвленість і сформувати статево-рольові асоціації, які мають додатковий емоційний підтекст. Така диспропорція між рівнем гендерної маркованості у вихідному тексті та його перекладі може призвести до зміщення смислових акцентів і спричинити викривлене сприйняття документа реципієнтом.

Характерною рисою англомовних юридичних текстів є широке використання абревіатур та скорочень, більшість із яких функціонує винятково у сфері права та не має безпосередніх відповідників в інших мовах. Наприклад: *ALJ* (*Administrative Law Judge* – суддя адміністративного суду), *UAJC* (*United States Judicial Code* – Кодекс законів США про судоустрій), *CtApp* (*Court of Appeal* – апеляційний суд) [Khan A., Khandaker Sh. 2017]. Окрім цього, у правових текстах поширені так звані напівскорочення, на кшталт *E-book* (*electronic book*). Виникнення скорочених форм зумовлене прагненням оптимізувати багатокомпонентні терміни складної структури. Ця тенденція безпосередньо впливає на перекладацьку практику, зокрема на вибір адекватного способу відтворення [Deyk 2018, с. 181].

Важливу групу становлять абревіатури, що позначають абстрактні поняття та інституції, серед яких федеральні органи управління (*MDP* – *Ministry of Defence Police* – Поліція Міністерства оборони) та судові органи (*CtApp* – Апеляційний суд). Окремо виділяються терміни-абревіатури для

позначення осіб. Вони можуть відноситися як до представників юридичної професії (*Atty* – адвокат, *GC* – головний юрисконсультант), так і до суб'єктів правопорушень (*CD* – засуджений) або учасників правових відносин (*mtgee* – кредитор за іпотекою, *mtgor* – іпотекодавець).

Чималу частину складають абревіатури, що позначають дії (*rim.con.* – кримінальна розмова; *A/S* – повідомлення про виклик до суду). Одночасно функціонують і похідні терміни, що класифікуються за кількістю морфемних компонентів: з однією основою (*claim* – вимога, претензія), з основою та афіксами (*acknowledgement* – підтвердження документа), а також складні слова (*leasehold* – користування на правах оренди).

Особливу увагу привертають так звані гібридні абревіатури, утворені шляхом поєднання літер та усічених фрагментів слова (*cfmd* – підтверджено; *afsd* – вищезазначено; *plf* – позивач; *Pbl* – преамбула; *FPT* – відбиток пальця). Значна кількість скорочень у законодавчих текстах подається без розшифровки, що передбачає знання вузькопрофесійної термінології. Серед них: *leg* (*legislature* – законодавчий орган), *eff.* (*effective* – чинний), *ch.* (*chapter* – глава), *sec.* (*section* – розділ), *U.S.C.* (*United States Code* – Звід законів США), а також загальновідомі для правників скорочення судових джерел (*S.Ct.* – *Supreme Court Reporter*).

Окрему складність становлять латинські абревіатури, що активно функціонують у юридичному дискурсі: *et als.* (*et alia* – та інші), *et seq.* (*et sequens* – наступне), *e.g.* (*exempli gratia* – наприклад).

У перекладацькій практиці існує кілька стратегій відтворення таких абревіатур:

1. **Калькування** – застосовується у випадках, коли скорочення позначає загальновідомі міжнародні інституції чи терміни (*UN – United Nations* → «ООН»).

2. **Пояснювальний переклад** – використовується тоді, коли буквальне скорочення може бути незрозумілим для реципієнта (*GC* → «головний юрисконсультант»).

3. **Збереження оригіналу із приміткою чи глосарієм** – доцільне у випадках, коли абревіатура є специфічною для національної правової системи й не має функціонального аналога в українському правовому полі (*U.S.C.* – *United States Code*).

Вибір стратегії залежить від цільового тексту, його призначення та аудиторії. У перекладі офіційних документів перевага зазвичай надається калькуванню або пояснювальному перекладу, тоді як у наукових чи навчальних виданнях можливим є збереження оригіналу з коментарем.

Таким чином, значна кількість та різноманітність абревіатур у правових текстах зумовлює необхідність їх ретельного аналізу та уніфікованого підходу до перекладу, оскільки саме від коректного відтворення скорочених форм залежить точність і зрозумілість перекладеного документа.

У правничій термінології розрізняють мотивовані та немотивовані одиниці: перші мають прозоре значення, яке можна пояснити, другі ж позбавлені такої очевидної семантичної мотивації. Залежно від кількості значень у межах однієї терміносистеми виділяють моносемантичні (однозначні) та полісемантичні (багатозначні) терміни. Важливим феноменом у цьому контексті є також синонімія, що підтверджується наявністю низки еквівалентних позначень, наприклад, *lawful* та *legitimate*, або ж *vindictive, punitive, exemplary damages*.

Полісемія у правничій мові розглядається як властивість терміна мати кілька значень. В українських юридичних текстах до багатозначних можна віднести такі слова, як «опонент», «акт», «арешт», «обвинувачення», «захисник», «справа», «санкція», «стаття», «суд», «суддя». При цьому специфіка юридичної полісемії полягає в тому, що одне й те саме слово може функціонувати у різних значеннях у залежності від галузі права. Так, у цивільному та кримінальному праві терміни «санкція» чи «скарга» мають відмінні дефініції. Подібне явище позначають як **галузеву полісемію**, коли термін є однозначним лише у межах конкретної правової сфери. Водночас

наявні й універсальні багатозначні терміни, значення яких не обмежуються певною галуззю: «доказ», «законодавство», «слід» тощо.

Додатковим проявом багатозначності є використання у юридичних документах словосполучень із полісемантичними компонентами, які поза термінологічним контекстом не виконують спеціальної функції. Наприклад, слова «нерівність», «оцінка», «особистий», «таємниця» набувають юридичного статусу лише у складі таких конструкцій, як «правова нерівність», «оцінка майна», «особиста власність», «таємниця слідства». Деякі багатозначні лексеми набувають термінологічного значення тільки в певному контексті.

Суттєвою проблемою юридичного дискурсу є омонімія, коли терміни збігаються за звучанням, але позначають різні поняття. Прикладами можуть слугувати: «застава» – як грошове забезпечення і як укріплений пункт в'їзду; «акція» – як цінний папір і як форма діяльності; «шкода» – як матеріальні збитки та як емоційне відчуття прикрості. У таких випадках перекладачеві необхідно забезпечувати точність за допомогою контекстуального уточнення або додаткового пояснення, аби уникнути помилкової інтерпретації у правозастосовній практиці [Литвинська 2020, с. 90].

Не менш значущим є явище синонімії, коли різні терміни репрезентують одне й те саме поняття. У правничих документах досить часто зустрічаються варіанти на кшталт: «близькі родичі», «близькі», «родичі», «члени сім'ї»; «легалізація коштів», «відмивання коштів»; «нерухоме майно», «нерухомість». Характерною рисою української правничої терміносистеми є наявність абсолютних синонімів, які виникають у парах «запозичений термін – питомо український відповідник»: «юриспруденція» – «правознавство», «дебітор» – «боржник», «комерція» – «торгівля» [Литвинська 2011, с. 49].

З огляду на зазначене, для уникнення надмірної варіативності та забезпечення точності перекладу варто надавати перевагу власне українським термінам. Невпорядковане вживання полісемічних, омонімічних та синонімічних одиниць може призвести до неточностей у тлумаченні тексту й

ускладнити його правозастосування. Отже, ключовим завданням перекладача є урахування рівня вмотивованості терміна та відповідності між термінологічною формою і поняттям, яке вона позначає.

Переклад як когнітивна та комунікативна діяльність є багатовимірним процесом, що інтегрує знання з різних наукових сфер: лінгвістики, семіотики, психо- та нейролінгвістики, культурології, теорії інформації та комунікації [Назарєва 2016, с. 97]. Його структура передбачає щонайменше два етапи: інтерпретацію змісту оригіналу та добір адекватних мовних засобів цільової мови. При цьому переклад не обмежується механічною заміною слів, а стає точкою перетину різних культурних традицій, соціальних настанов і навіть гендерних парадигм, що формують семантичні та прагматичні нюанси тексту.

Юридичний дискурс, особливо англомовний, характеризується використанням архаїчної лексики та латинських запозичень, що зумовлює наявність значної кількості безеквівалентних термінів. У таких випадках перекладач змушений застосовувати різні стратегії: від транслітерації й калькування до описового перекладу чи створення аналогів. Проте саме у правових текстах особливо актуалізується питання ґендерної чутливості, адже юридичні терміни та конструкції нерідко містять приховані або відкриті ґендерні маркери. Наприклад, відсутність усталених ґендерно нейтральних займенників в українській мові призводить до того, що перекладач мусить балансувати між граматичною нормою та потребою уникнення надмірної маскулінізації тексту.

Безеквівалентність у юридичному перекладі часто є наслідком етнокультурної специфіки. В англомовних документах можна знайти ґендерно нейтральні лексеми (*parent, spouse, sibling*), тоді як в українській мові їхні відповідники нерідко мають граматичний рід, що автоматично маркує текст як маскулінний або фемінний.

Це створює труднощі у відтворенні балансу між точністю перекладу та вимогою збереження ґендерної нейтральності.

Особливу увагу вимагає переклад багатокомпонентних юридичних термінів, до складу яких входять слова зі статево маркованим значенням (наприклад, *guardian by appointment of court* – «опікун за призначенням суду»). В українській мові слово «опікун» належить до маскулінного роду, що може спричиняти асоціацію з чоловічою статтю, попри те, що в реальності йдеться про особу незалежно від ґендеру. Саме тут перекладач має застосовувати стратегії компенсації, генералізації чи описового перекладу, аби мінімізувати ґендерну упередженість.

Серед методів подолання безеквівалентності у юридичному перекладі виокремлюють підстановку, трансформацію, синонімізацію та описовий переклад [Нікіфорова 2010, с. 139–141].

Останній є найбільш поширеним, проте при його використанні зростає ризик ненавмисного внесення ґендерних конотацій. Наприклад, у перекладі терміна *juvenile court* («суд у справах неповнолітніх») важливо уникнути займенникових форм, які маркують текст виключно маскулінно.

Аналогічна проблема виникає із термінами на кшталт *bigamy* («двошлюбність»), де гендерний аспект в українській культурі часто прочитується як маркер соціальної девіації, тоді як англійський варіант є радше нейтрально-правовим.

Отже, переклад юридичних текстів у гендерному вимірі передбачає не лише точне відтворення правової термінології, але й уважне ставлення до того, як граматичний рід, займенники та словотвірні елементи можуть впливати на сприйняття тексту. Вибір між точністю, ясністю та природністю ускладнюється необхідністю забезпечити гендерну нейтральність там, де це можливо. [Швелідзе 2019,с.174–176]

Таким чином, підготовка перекладачів у сфері юридичного перекладу має включати компетенції у сфері гендерної лінгвістики, аби уникати випадків непередбаченого гендерного маркування і забезпечувати коректність правового дискурсу в цільовій мові.

3.3. Виклики та стратегії перекладу гендерно маркованих елементів у різних дискурсах (художній, медійний, академічний)

Мова функціонує не лише як універсальний інструмент комунікації, але й як складний соціокультурний феномен, у якому кристалізуються ідеологічні настанови, моделі колективної та індивідуальної ідентичності, а також механізми влади й підпорядкування. Вона є простором, де відтворюються та трансформуються суспільні уявлення про соціальні ролі, норми поведінки та символічні ієрархії. Особливо виразно ця функція простежується у сфері гендерних відносин: мовні структури здатні не лише віддзеркалювати усталені уявлення про маскулінність, фемінність чи небінарність, але й активно формувати нові дискурсивні рамки, які або підсилюють, або ж підважують традиційні моделі соціального розподілу за гендерною ознакою.

У цьому контексті проблематика перекладу набуває виняткової значущості, адже мова-ціль і мова-джерело можуть істотно відрізнятися за способами граматичного маркування гендеру та за усталеними культурними очікуваннями. Переклад гендерно маркованих елементів — таких як займенники, професійні найменування, прикметники з граматичною категорією роду, метафоричні образи — часто стає джерелом напруження між необхідністю передати зміст оригіналу та зберегти його ідеологічну складову. Ці труднощі зумовлені не лише структурними асиметріями між мовами, але й соціокультурними чинниками, що регламентують допустимі форми мовлення в певному мовному середовищі.

Одним із ключових викликів у художньому перекладі виступають граматичні та лексичні невідповідності. Для прикладу, англійська мова дозволяє використовувати низку термінів із відсутньою або знівельованою гендерною маркованістю (teacher, student, doctor), тоді як у мовах із суворішою категоріальною структурою, зокрема німецькій чи італійській, такі слова мають чіткий граматичний рід і потребують диференціації (Lehrer/Lehrerin,

studente/studentessa). У результаті перекладач опиняється перед дилемою: чи відтворювати гендерну маркованість, яка відображає соціокультурні особливості мови-джерела, чи застосовувати стратегії нейтралізації задля забезпечення інклюзивності. Як підкреслює Vecchiato, спроби уникнення гендерної маркованості в перекладі сучасних німецькомовних небінарних романів на італійську мову часто призводять до нівелювання стилістичної напруги й дискурсивної інноваційності, закладених у вихідному тексті.[Vecchiato 2019 p. 567]

Не менш важливим аспектом є відтворення небінарних ідентичностей як авторів, так і персонажів. Англомовна література останніх десятиліть пропонує інноваційні мовні практики, зокрема експериментує з розширенням функціоналу займенникової системи. Використання займенника *they* в однині є найбільш усталеним прикладом, що дозволяє позначати небінарність без порушення граматичних норм англійської. Однак у мовах, де категорія роду має граматичне закріплення на рівні відмінювання та синтаксичних узгоджень (як-от в українській), впровадження аналогічних стратегій може створювати значні труднощі. Воно здатне призвести до втрати семантичної прозорості, затирання індивідуальної ідентичності персонажа або ж спотворення авторського задуму. Як зауважує Kibbey, у подібних випадках перекладачеві доводиться балансувати між двома полюсами — з одного боку, прагненням до максимальної лінгвістичної точності, а з іншого — необхідністю збереження ідеологічної та культурної позиції автора, зорієнтованої на гендерну інклюзивність.[Darr, B., & Kibbey T. 2016, p. 88]

Одним із найскладніших вимірів у перекладі художніх текстів із виразною гендерною маркованістю є ідеологічність перекладацького вибору. Перекладач ніколи не може залишатися повністю «прозорим» чи нейтральним посередником, адже його рішення неминуче детерміновані індивідуальними когнітивними моделями, власною гендерною чутливістю, особистим світоглядом та соціокультурними умовами, у яких він функціонує. Кожна зміна акцентів, підкреслення певних мовних елементів або, навпаки, їх

навмисне згладжування стають проявом не лише технічної, а й ідеологічної позиції перекладача. У результаті може відбутися часткове зміщення інтерпретаційних акцентів, що трансформує початкову авторську інтенцію. Таким чином, перекладач постає не просто як мовний інтерпретатор, але й як культурний медіатор, чия діяльність здатна безпосередньо впливати на формування або переосмислення суспільних уявлень про гендер та його репрезентацію в художньому дискурсі.

Не менш вагомим виміром проблематики є взаємозв'язок між гендерною маркованістю та естетикою художнього тексту. Гендерно забарвлені елементи часто інтегруються в авторську стилістику на різних рівнях — від добору метафор і структурних ритмічних рішень до організації наративу в цілому. Втручання у ці складові з боку перекладача може не лише модифікувати художній стиль, але й зумовити спотворення естетичної цінності тексту. Як показують огляди дослідження Simon 1996 року, особливо гостро ця проблема постає у випадках відтворення «жіночих голосів» у літературі: перекладачі нерідко свідомо або підсвідомо редукують стилістичну багатогранність, пов'язану з гендерними маркерами, підлаштовуючи текст під стандарти «зручного» чи «універсального» сприйняття. Така редукція призводить до втрати індивідуальної автентичності тексту та його символічної багатошаровості.[Patricia B. Campbell Ph.D. Jennifer N. 2015.]

У зв'язку з цим переклад художніх творів, що містять гендерно марковані компоненти, постає як завдання особливої складності, яке вимагає поєднання лінгвістичної компетентності, культурологічної обізнаності та соціальної рефлексії. Перекладачеві доводиться шукати баланс між буквальним збереженням граматичних і стилістичних характеристик оригіналу та необхідністю адаптації тексту до норм і очікувань культури цільової аудиторії. Водночас він повинен прагнути до того, щоб не нівелювати автентичність гендерної репрезентації, яка становить важливий складник художнього задуму.

Варто також зазначити, що попри всі труднощі, гендерно марковані елементи у художньому дискурсі виконують низку важливих функцій. Передусім вони забезпечують глибину та багатоплановість літературних образів, відображаючи їх соціокультурну укоріненість. Завдяки гендерній маркованості персонажі набувають індивідуалізованого характеру, а їхня мовна репрезентація демонструє широку палітру соціальних ролей і моделей поведінки. Отже, збереження таких елементів у перекладі сприяє не лише точнішому відтворенню оригіналу, але й формуванню багатошарового контексту сприйняття, що підсилює естетичний і культурний ефект літературного твору.

Гендерно марковані елементи в художньому дискурсі виконують не лише комунікативно-інформаційну функцію, але й відіграють помітну естетичну роль. Їхнє використання сприяє конструюванню художніх контрастів, формуванню багатошарових сюжетних колізій і загостренню внутрішніх чи міжперсональних конфліктів персонажів. За допомогою таких елементів автор може підсилювати емоційне забарвлення тексту, надавати йому додаткової експресивності й драматизму. У ряді випадків саме гендерна специфіка виявляється визначальною рушійною силою розвитку наративу: вона впливає на траєкторію сюжетних подій, задає динаміку міжособистісних відносин і забезпечує психологічну глибину художніх образів.

Водночас поряд із безперечними перевагами існують і певні обмеження, пов’язані з використанням гендерно маркованих елементів. Насамперед вони здатні відтворювати та навіть посилювати стереотипні уявлення про соціальні ролі чоловіків і жінок, редукуючи багатогранність людської ідентичності до спрощених моделей. У сучасному соціокультурному контексті така тенденція дедалі частіше розглядається як форма ідеологічного тиску або навіть латентної дискримінації, що суперечить принципам інклюзивності та рівності.

Другою проблемою є ризик міжкультурних непорозумінь. Гендерні маркери, які в межах однієї культурної традиції мають цілком визначене значення, у контексті іншої культури можуть інтерпретуватися інакше або

залишатися нечитабельними для адресата. Це нерідко призводить до розмивання художнього сенсу, спотворення образної системи або втрати естетичної цінності перекладу. Подібні трансформації особливо небезпечні у випадках, коли гендерні особливості є невід'ємною складовою авторського стилю чи наративної стратегії.

Окремим аспектом виступає проблема дисбалансу між гендерною експлікацією та сюжетною цілісністю. Надмірне акцентування уваги на гендерних елементах може змістити фокус читацького сприйняття, відволікаючи від основної сюжетної лінії або ідейної домінанти твору. Унаслідок цього художній текст втрачає гармонійність і може сприйматися як ідеологічно перевантажений, що негативно позначається на його літературній вартості.

Суттєвою ланкою у функціонуванні гендерної маркованості є також медійний простір, який активно впливає на формування суспільних уявлень про гендерні ролі та норми. У медіадискурсі гендерні відмінності закріплюються через професійну термінологію (наприклад, *голова*, *речниця*), через опис зовнішності та поведінкових характеристик, а також через використання усталених стереотипних мовних конструкцій. Таким чином, мова медіа не лише віддзеркалює існуючі соціальні моделі, але й виступає інструментом їх відтворення та легітимації, впливаючи на суспільну свідомість.

У перекладацькій практиці одним із ключових завдань постає уникнення мимовільного відтворення або підсилення гендерних стереотипів. Особливо це актуально при передачі термінів, які в мові-джерелі мають нейтральний характер, але у мові-цілі зазвичай реалізуються в родово маркованій формі. Так, англійські слова *chairperson* або *firefighter* не мають чіткої гендерної конотації, тоді як в українському дискурсі традиційно функціонують варіанти *голова* (із закріпленим чоловічим підтекстом) чи *пожежник*. Дослідниці Кемерон [Cameron, 2003] та Міллз [Mills, 2008] підкреслюють, що перекладачі, навіть у випадках, коли інклюзивні варіанти ще не повністю усталені в мові,

повинні прагнути до їх застосування, аби не закріплювати патріархальні моделі мислення. Таким чином, переклад постає не лише як технічна операція з трансформації мовних одиниць, але й як акт ідеологічного вибору.

Додаткову складність становлять тексти медійного характеру. На відміну від художньої літератури, де допустимі експерименти зі стилем і мовними інноваціями, переклад журналістських чи інформаційних матеріалів підпорядковується вимогам оперативності та зрозумілості. Це зумовлює домінування стратегій адаптації, головною метою яких є доступність повідомлення для максимально широкої аудиторії. Унаслідок цього інклюзивні мовні новації нерідко залишаються поза медійним перекладом, адже їх використання може знижувати темп комунікації або вимагати від читача додаткових зусиль для інтерпретації.

У науковому дискурсі проблема гендерної мови набуває дедалі більшої актуальності. В англомовних академічних працях поступово утверджується інклюзивна термінологія: замість *mankind* використовується *humankind*, замість *chairman — chairperson*, а займенник *they* дедалі частіше функціонує як універсальний. Ці тенденції свідчать про свідоме прагнення уникати дискримінаційних або ексклюзивних мовних формулювань.

Українська мова в цьому аспекті постає як більш проблематичне середовище, адже категорія граматичного роду глибоко інтегрована у систему відмінювання та синтаксичних зв’язків. Це створює додаткові виклики для перекладачів і науковців. У сучасних публікаціях часто вдаються до подвоєних форм — *студенти і студентки*, *науковці та науковиці* — які, як зауважує Sczesny та ін., сприяють посиленню видимості жінок у науковій сфері. Проте надмірне використання таких конструкцій може створювати враження стилістичної перевантаженості й знижувати ритмічну плавність наукового тексту. Відтак перед перекладачем постає завдання пошуку компромісу між точністю, стилістичною витонченістю та інклюзивністю.[Гусейнова К. С. 2021 с. 231]

Окремим викликом у сфері академічного перекладу є відтворення нових ідентичностей, що формуються в межах квір- та трансдосліджень. У сучасній англомовній науковій традиції вже закріпилися такі терміни, як *non-binary*, *genderfluid*, *cisgender*, тоді як в українському контексті вони ще перебувають на стадії усталення. Це вимагає від перекладача не лише мовної компетентності, але й міждисциплінарної підготовки, оскільки кожен вибір перекладацького еквівалента стає відображенням певної ідеологічної позиції та впливає на формування дискурсивних норм у гуманітарному знанні.

Попри труднощі, гендерно марковані елементи у науковому тексті мають низку важливих переваг. По-перше, вони дозволяють відтворювати соціально-історичну специфіку науки, простежувати, яким чином у різні періоди конструювалися уявлення про роль жінок і чоловіків у процесі продукування знання. Це відкриває можливість для аналізу науки не лише як системи ідей, але й як соціально зумовленого культурного явища. По-друге, використання гендерних маркерів у біографічних або історико-наукових дослідженнях дозволяє акцентувати увагу на індивідуальному внеску жінок і чоловіків, долаючи стереотип про «чоловічу монополію» у сфері наукової діяльності.

Крім того, у сучасному академічному дискурсі гендерна маркованість дедалі частіше розглядається як інструмент критичного осмислення традиційних моделей мислення. Вона стає засобом порушення дискусій про рівність, репрезентацію та справедливість у науці й освіті, сприяючи утвердженню гендерно-чутливого підходу до наукових досліджень. У такий спосіб мова постає не лише як засіб опису знання, але й як інструмент соціальної трансформації та переосмислення культурних парадигм.

Попри очевидні переваги використання гендерно маркованих елементів, їх застосування має й низку істотних недоліків, які суттєво впливають на якість наукового дискурсу та його інклюзивність. По-перше, гендерно однобічне маркування здатне формувати упереджене сприйняття знання. Коли у наукових текстах домінують форми, що традиційно закріплені за чоловічим

родом і вважаються «універсальними», жінки та інші гендерні ідентичності фактично опиняються на периферії академічної комунікації. Це не лише знижує рівень інклюзивності, а й підсилює культурні стереотипи про другорядність жінок у науці, відтворюючи асиметрію у видимості й символічному статусі різних соціальних груп.

Другою проблемою є складність досягнення мовного балансу. Використання інклюзивних форм, таких як англійський займенник *they* у значенні однини або дублети на зразок *студенти і студентки* в українській мові, безумовно сприяють гендерній рівності, проте водночас створюють відчуття стилістичної перевантаженості. Текст втрачає лаконічність, що може ускладнювати сприйняття, знижувати точність і академічну строгість викладу. Таким чином, перекладачеві чи авторові доводиться балансувати між чіткістю і доступністю мови та потребою забезпечення інклюзивності.

По-третє, надмірне акцентування на гендері може призводити до зміщення акцентів у науковому дискурсі. Якщо гендерна маркованість застосовується формально або декларативно, вона втрачає аналітичну цінність і перетворюється на риторичний прийом, що відволікає від основного змісту дослідження. У такому разі знижується не лише інформативна насиченість тексту, але й його наукова обґрунтованість.

На основі зазначеного доцільним видається порівняльний аналіз функціонування гендерної маркованості в різних дискурсах. Художній дискурс вирізняється відносною свободою перекладацьких і авторських експериментів, проте водночас існує небезпека втрати авторської ідентичності та унікальності стилю. Медіадискурс характеризується високою чутливістю до ідеологічних аспектів, адже кожен вибір мовної форми впливає на суспільні уявлення про гендерні ролі. Академічний дискурс, навпаки, орієнтований на стандартизацію й точність, виконуючи роль «мовного регулятора», який формує нові норми інклюзивності та впливає на інституціалізацію знання. У кожному випадку перекладач зіштовхується з унікальними викликами: у художніх текстах - із потребою зберігати гармонію між естетичним

вираженням та гендерною ідентичністю; у медіа - між оперативністю, культурними традиціями та соціальною відповідальністю; в академічних текстах - між точністю термінології та вимогами інклюзивності.

Додатковий вимір проблеми постає у зв’язку з використанням технологій машинного перекладу. Сучасні дослідження [Savoldi et al., 2025] демонструють, що нейронні моделі часто відтворюють усталені гендерні стереотипи, автоматично відносячи професійні найменування до чоловічого чи жіночого роду навіть тоді, коли вихідний текст є граматично нейтральним. Це особливо небезпечно для медіа та академічного перекладу, де точність і соціальна відповідальність відіграють ключову роль. У науковій літературі пропонуються різні стратегії вирішення цієї проблеми: застосування спеціальних тегів для позначення роду у вхідних даних, постредагування результатів машинного перекладу та впровадження контрольних корпусів для виявлення і корекції системних упереджень.

Машинний переклад (МП) пройшов довгий шлях розвитку — від ранніх експериментів середини XX століття [Hutchins, 2005] до сучасних нейронних архітектур, які забезпечують високу швидкість і якість міжмовної комунікації [Bahdanau et al., 2015; Vaswani et al., 2017]. Проте перехід від статистичних до нейронних моделей, хоч і значно підвищив точність, не усунув проблем, пов’язаних із дискурсивними та культурними аспектами. У художньому перекладі головним викликом залишається відтворення індивідуального стилю, метафоричності та культурних алюзій, які автоматизовані системи часто стандартизують [Venuti, 2012; Toral & Way, 2018]. У медійному дискурсі МП забезпечує швидкість та глобальну доступність інформації [Kenny & Winters, 2020], але водночас репродукує гендерні та соціокультурні упередження [Prates et al., 2019]. В академічному середовищі автоматизовані системи сприяють інтернаціоналізації наукового знання [Shih, 2020], проте потребують постійної перевірки термінологічної точності та концептуальної адекватності [Castilho et al., 2017].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що майбутнє машинного перекладу визначається не лише технічними вдосконаленнями архітектурних моделей, а й здатністю поєднувати алгоритмічну оптимізацію з гуманітарними вимогами. Його ефективність у художньому, медійному та академічному контекстах залежить від чутливості до культурних, гендерних та дискурсивних особливостей. Це зумовлює необхідність міждисциплінарного підходу, що інтегрує досягнення лінгвістики, когнітивних наук, культурології та штучного інтелекту, і ставить нові питання щодо меж технологічної автоматизації та ролі людської інтерпретації в сучасній комунікації.

Спираючись на сучасні дослідження у галузі лінгвістики, культурології, соціології та штучного інтелекту, можна виокремити низку практичних рекомендацій.

1. Використання інклюзивної лексики

Перекладачеві необхідно надавати перевагу формам, що не містять дискримінаційних чи обмежувальних конотацій. Навіть якщо інклюзивні варіанти ще не набули широкого вжитку, їх використання сприяє поступовому розширенню мовної норми. Наприклад, замість усталених родово маркованих слів *пожежник* або *голова* варто застосовувати більш нейтральні форми, як-от *пожежний* чи *головуюча особа*. Такий підхід дозволяє не лише уникати підкріплення стереотипів, а й формує новий дискурс, зорієнтований на рівність та інклюзію.

2. Контекстуалізація перекладу

Будь-який термін існує в межах певної культурної системи, тому його перенесення в український контекст вимагає адаптації. Такі англомовні поняття, як *non-binary, genderfluid* або *cisgender*, не завжди мають усталені українські еквіваленти. У подібних випадках доцільно використовувати транскрибовані варіанти у поєднанні з коментарем або приміткою для пояснення значення. Це забезпечує збереження концептуальної точності та водночас підвищує зрозумілість для цільової аудиторії.

3. Уникнення калькування стереотипів

Перекладачеві слід уникати прямого відтворення мовних структур, які можуть містити латентні ознаки патріархальності чи дискримінаційності. Так, англійська мова часто використовує гендерно нейтральні терміни (*firefighter, chairperson*), тоді як українська традиційно тяжіє до родово маркованих варіантів (*пожежник, голова*). Вибір інклюзивних форм у перекладі дозволяє мінімізувати відтворення усталених стереотипів і робить текст більш відповідним сучасним соціокультурним реаліям.

4. Забезпечення балансу між точністю та зрозумілістю

У науковому та медійному дискурсах постає проблема надмірного ускладнення тексту через дублетні конструкції (*студенти і студентки, науковці та науковиці*). Хоча вони сприяють видимості жінок у мові, водночас вони можуть робити текст громіздким і менш лаконічним. У зв’язку з цим перекладачеві доцільно застосовувати гнучкі стратегії: у академічних публікаціях — використовувати дублети для підкреслення інклюзивності, тоді як у медійному перекладі — обирати більш нейтральні або узагальнені форми задля оперативності й зрозумілості.

5. Критичне використання машинного перекладу

Сучасні автоматизовані системи перекладу здатні відтворювати системні упередження, зокрема у сфері гендерних маркерів. Для мінімізації таких ризиків необхідним є постредагування текстів, створення контрольних корпусів для виявлення упередженості, а також впровадження спеціальних тегів, що дозволяють уточнювати граматичний рід. Перекладач у цьому випадку виступає не лише як мовний редактор, а й як культурний модератор, який визначає рамки інтерпретації тексту в соціальному контексті.

6. Міждисциплінарний підхід

Оскільки переклад у соціокультурному середовищі неможливо звести виключно до мовної операції, перекладачеві необхідно інтегрувати знання з різних дисциплін: соціології, культурології, психології, комунікаційних наук. Це сприяє адекватному відтворенню культурних та гендерних нюансів, а

також дозволяє уникати редукціонізму, пов’язаного з обмеженням перекладу лише до мовних структур.

7. Формування нових мовних практик

Перекладач може виконувати роль агента соціальних змін, поступово вводячи в обіг нові інклюзивні мовні форми. Такий процес є тривалим і нерідко зустрічає опір, проте він сприяє оновленню мовних норм, формує нові моделі комунікації та виконує освітню функцію. У результаті суспільство отримує можливість переглянути усталені уявлення про гендерні ролі та розширити горизонти інклюзивності.

ВИСНОВКИ

Гендер як наукове поняття еволюціонував від категорії граматичного роду до міждисциплінарного концепта, що охоплює мовознавство, соціологію, психологію та культурологію. Сучасна гендерна парадигма розглядає гендер як соціокультурний конструкт, що формується під впливом історичних, соціальних і економічних чинників, і аналізує механізми соціального конструювання відмінностей та нерівності.

Сучасна лінгвістика зміщується від структурних підходів до гуманітарно орієнтованих, інтегруючи психологію, соціологію та культурологію. Гендерні відносини визначають мовну поведінку, соціальні ролі та комунікацію, а гендерна лінгвістика виявляє стереотипи, моделі ідентичності та механізми самоідентифікації. Центральним є поняття мовної особистості як носія соціальних ролей, культурних цінностей і індивідуальних комунікативних стратегій. Гендерна диференціація проявляється у професійному та повсякденному спілкуванні, лексична система містить стійкі асиметрії (фемінітиви зі зниженими конотаціями, стереотипізовані номінації та фразеологізми).

Психологічні відмінності підсилюють різницю стилів мовлення, тоді як сучасні тенденції — активізація фемінітивів і запровадження гендерно нейтральної лексики — поступово трансформують мовну норму у бік рівності та інклюзії. Гендерне маркування охоплює граматичні, лексико-семантичні та стилістичні засоби, що відображають і конструюють соціальні ролі статей. Українська мова демонструє стійкий андроцентризм, асиметрію оцінки чоловічих і жіночих характеристик, використання зменшено-пестливих форм щодо жінок та стереотипізовані фразеологізми. Гендерно марковані мовні засоби формують латентний ідеологічний простір, впливають на сприйняття соціальних ролей і вимагають подальшого наукового переосмислення у контексті сучасної рівності та інклюзії.

Гендерна нерівність у мові проявляється через андроцентризм, асиметричні номінації, стереотипізовану лексику та нерівномірну репрезентацію чоловічого й жіночого досвіду. Латентні форми мовного сексизму, такі як невидимість жінок і нормативність чоловічого роду, закріплюють патріархальні уявлення. Феміністична лінгвістика пропонує симетричне мовне представлення обох статей для усунення асиметрій на рівні лексики, семантики та граматики.

В українській мові рід є граматично центральним, тоді як в англійській переважно проявляється у займенниках і окремих лексичних маркерах. Соціокультурні трансформації сприяли появі нейтральних форм і інклюзивної лексики, що відображають ширший спектр гендерних ідентичностей. Гендерна належність перекладача впливає на стилістику та семантичні акценти: чоловіки схильні до нейтральності й фактологічності, жінки — до емотивності й метафоричності.

Гендерно марковані елементи текстів (фемінітиви, займенники, лексика, фразеологізми) передають не лише граматичну інформацію, а й соціальні стереотипи та культурні уявлення. Переклад потребує стратегій: еквівалентне відтворення, адаптація, описовий переклад, нейтралізація, компенсація, калькування з коментарем. Вибір стратегії визначає, чи відтворюються традиційні стереотипи, чи сприяється їхньому розмиванню, зберігаючи при цьому естетичну, емоційну та соціокультурну функцію тексту.

Переклад гендерно маркованих займенників з англійської на українську є складним через морфологічні обмеження української мови та соціокультурні особливості. Бінарні займенники he/she потребують адаптації у випадках узагальненого використання, тоді як небінарні форми (they у значенні однини, ze/zir, xe/xem) створюють додаткові граматичні та стилістичні виклики. Українські перекладачі використовують різні стратегії: нейтральні або описові конструкції, безособові форми, множинні займенники в однині, а також експериментальні новоутворення. Вибір підходу залежить від жанру, комунікативної мети та прагнення зберегти інклюзивність, експресивність і

культурні відтінки тексту. Впровадження небінарних форм у переклад демонструє трансформацію мовних норм і потребу в адаптації традиційної системи родів української мови до сучасних соціокультурних вимог.

Переклад нормативно-правових документів є складним багаторівневим процесом, що вимагає не лише точного відтворення термінології та стилістичної нейтральності, але й врахування гендерної маркованості мови. Англійська мова надає більше можливостей для гендерної нейтральності завдяки вживанню займенників they, подвійних форм he/she та нейтральних термінів (parent, spouse, sibling), тоді як українська мова через граматичну категорію роду та словотвірні особливості часто зберігає латентну маскулінність навіть у формально нейтральних термінах. У перекладі правових текстів виникає потреба застосовувати стратегії нейтралізації, описового перекладу, генералізації та компенсації, аби уникнути надмірного гендерного забарвлення. Крім того, перекладач повинен оперувати складною юридичною термінологією, абревіатурами та багатозначними словами, забезпечуючи точність, однозначність та зрозумілість тексту. Отже, успішний юридичний переклад у гендерному вимірі поєднує лінгвістичну компетенцію, знання правової системи та чутливість до соціокультурних аспектів мови.

Гендерна маркованість у мові виконує не лише комунікативну, а й соціокультурну та естетичну функцію, формуючи уявлення про соціальні ролі, ідентичність і механізми влади. У перекладі, особливо художньому, медійному та академічному, вона постає джерелом складних дилем: з одного боку, необхідно зберегти смислову, стилістичну та ідеологічну точність оригіналу, з іншого — адаптувати текст до норм і очікувань культури мови-цілі та забезпечити інклюзивність. Використання інклюзивних форм, уникнення стереотипів, баланс між точністю та зрозумілістю, критичне застосування машинного перекладу й міждисциплінарний підхід є ключовими стратегіями ефективного перекладу. Перекладач у цьому процесі виступає не лише технічним посередником, а й культурним медіатором, здатним впливати на формування нових мовних практик і суспільних уявлень про гендер.

СПИСОК ВИОКРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрійченко Ю. В. Особливості виникнення гендерних досліджень у лінгвістиці на сучасному етапі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. № 44. С. 92–95.

2. Андрійченко Ю. В. Гендерна маркованість одиниць мови. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики : зб. наук. пр.* Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. Київ, 2018. Вип. 20. С. 3 – 9.

3. Архангельська А.М. До проблем словотвірної фемінізації в українській мові новітньої доби: традиція і сучасність. *Мовознавство.* 2013. № 6. С. 27–40.

4. Архангельська А. М. Формальне вираження категорії маскулінності : взаємодія родової редистрибуції і родової транспозиції. *Мовознавство.* 2011. №1. С. 29 – 42.

5. Агеєва В. П. Українська ґендерна культурологія. Основи теорії ґендеру: навч. посіб. за ред. М. М. Скорика. Київ : К.І.С., 2020. С. 446-456.

6. Березенко, В. М. Порівняльна типологія англійської та української мов : Навчальний посібник. К.: Видавничий центр КНЛУ. 2020 с. 345

7. Бойко Ю., Сергєєва О. Ґендерний вектор лінгвістичних та перекладознавчих студій. *Сучасні дослі-дження з іноземної філології*. 2018. Вип. 16. С. 195–202

8. Бойван О. С. Ковтун О. М. Теоретичні аспекти дослідження категорії роду в англійській мові. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика, Том 32 (71) № 6 Ч. 2021. С.67

9. Боговик О.А. Ґендерна специфіка вербальної репрезентації емоційних станів (на матеріалі роману Сідні Шелдона “Nothing lasts forever”). *Закарпатські філологічні студії*. 2020. Вип. 14, т. 2. С. 196–200.

10. Божко Я. Ю. Соціолінгвістичний аспект сленгової лексики американського варіанту англійської мови. *Запорізький національний університет.* 2017. С. 192-194.

11. Бондаренко К.Л. Лінгвокультурні особливості українського та англійського сленгу: Автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.17. Донецький національний університет. Донецьк. 2017. 20 с.

12. Брус М. П. Фемінітиви в українській мові: генеза, еволюція, функціонування. Івано-Франківськ: університет імені Василя Стефаника. 2019 С. 77

13. Буяр І. Є. Гендерна лінгвістика : здобутки та перспективи. *Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки.* Луцьк, 2019. Вип. 4. С. 287 – 290.

14. Васильєва Е. Значення гендерних маркерів при перекладі офіційно-ділових промов. *Вісник Маріупольсько-го державного гуманітарного університету*. Серія : Філологія. 2020. Вип. 3. С. 154–159.

15. Вілкова О. Конструктивні та деструктивні функції ґендерних стереотипів : автореф. дис. … канд. філол. наук. Київ, 2005. 18 с

16. Верба Л.Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. - «Нова книга», 2013. 184 с.

17. Воловенко І. В. Семантико-граматичні ознаки фемінітивів. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова*. Київ, 2022. Вип 5. С. 279-282.

18. Гарбузова Г. О. Прийоми емфатизації та нейтралізації в англоукраїнському художньому перекладі. Проблеми семантики слова, речення та тексту. 2019. №30. С. 35–41.

19. Гальчак Т. В. Переклад як процес і результат аналітико-синтетичної діяльності майбутнього перекладача у процесі навчання у виші. *Наукові записки. Серія "Філологічна"*. 2010. №16. С. 7176.

20. Головашенко І. О. Становлення теорії гендеру. Основи теорії гендеру : навч. посіб / за ред. М. М. Скорика. Київ : "К.І.С.", 2004. С. 79 –108.

21. Горошко О. І., Галунова Н. М. Гендерно маркована лексика. *Вчені записки національного університету В. І. Вернадского.* Серія «Філологія». №19 (2). 2022. С. 99 – 102

22. Гілберт Е. Місто дівчат. Львів : Вид-во старого Лева, 2019. 536 с.

23. Грабійчук М. В. Поняття «ґендер» у сучасній науковій парадигмі. *Молодий вчений*. 2020. № 6. С. 369–372.

24. Гусейнова К. С. Порівняльний аналіз юридичних термінів в англійській та українській мовах: можливості та перспективи. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* Сер.: Філологія. 2021. № 52, том 2. С. 129–132.

25. Дегтярьова Т. О. Особливості жіночого мовлення в гендерному аспекті: (на матеріалі англійської та української мов). *Вісник СДУ*. Серія : Філологічні науки. 2021. №1 (60). С. 46 – 52.

26. Дороніна Т. Ґендерний напрямок в літературознавстві. Ґендерний розвиток у суспільстві (Конспекти лекцій) : посібник / за ред. К. М. Лемківського. Київ : Фоліант, 2016. С. 283 – 351.

27. Дзюман Н. П. Семантико-граматичні та функціональні особливості займенникових слів. *Проблеми граматики і лексикології української мови.* 2019. № 10 (5). С. 146–149.

28. Єщенко Т.А. Лінгвістичний аналіз тексту : навч. посіб. за ред. А. П. Загнітка. Київ : Академія, 2019. 264 с

29. Засєкін С. В. Психолінгвістичні аспекти перекладу : навчальний посібник. Луцьк : ВІЕМ, 2006. 144 с.

30. Зінкевич К.К. Мовні засоби вираження гендерних особливостей емоцій URL: http://www.sci-notes.mgu.od.ua/archive/v36/18.pdf (дата звернення: 01.09.2025)

31. Іринова С. Тенденції використання фемінітивів в сучасній англійській та українській мовах. *Труднощі перекладу.* Видавництво «Молодий вчений». 2020 с.111

32. Маслова Ю. П. Особливості розвитку гендерних лінгвістичних досліджень в Україні й закордоном. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2015. № 57. С. 100–105.

33. Маслова Ю. П. Мовна репрезентація гендеру. *Наукові записки.* Серія «Філологічна». Острог : Вид-во НАУ «Острозька академія», 2019. Вип. 12. С. 224 – 233.

34. Марчук Л. М. Функціонально-семантичний аспект градації в українській мові. Кам.-Подільський: Аксіома, 2017. 303 с.

35. Максімов С. Є. Практичний курс перекладу (англійська та українські мови). Теорія та практика перекладацького аналізу тексту. Київ: Ленвіт, 2012.

36. Мартинюк А. П. Конструювання ґендеру в англомовному дискурсі : монографія. Харків : Константа, 2004. 292 с.

37. Мороз О.А. Гендерні стереотипи у фразеології (на матеріалі фразеологічних конотацій чоловічих і жіночих особових імен). *Вісник МДГУ.* Серія Філологія. 2020. №3. С. 82 – 87.

38. Камінська Н. В., Чернявський С. С., Перунова О. С. Засади розуміння гендеру та гендерної рівності: лекція. Київ : Нац. акад. внутр. справ, 2020. 20 с.

39. Катиш Т. В. Структурні особливості термінів-словосполучень англійської автомобільної термінології та основні способи їх перекладу українською мовою. *Вісник Запорізького національного університету*. 2020. №1. С. 230–234.

40. Касаткіна-Кубишкіна О.В., Курята Ю.В. Ґендерно маркована лексика у англомовних рекламних текстах та особливості її перекладу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* Філологія. 2017. Вип. 64(1). С. 146–148.

41. Капко М.М., Гайдук Р.В., Кушнірова Т.В. Гендерний аспект перекладів нормативно-правових актів. *Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»* «Молодий вчений» № 7.1 (83.1) 2020 р. с. 44

42. Космеда Т.А., Карпенко М.А., Осіпова Т.Ф та ін. Гендерна лінгвістика в Україні: історія, теоретичні засади, дискурсивна практика : колективна монографія. Харків ; Дрогобич : КОЛО, 2014. С. 689

43. Ковтун О. В. Опора на дані контрастивного аналізу граматичних явищ української і англійської мов як фактор удосконалення загальномовленнєвих навичок студентів. *Наука і сучасність: збірник наукових праць Національного педагогічного університету ім. М. Драгоманова*, 39-48. Київ: Логос. 2019 с. 721

44. Козуб Л. С. Специфіка використання гендерно-нейтральної лексики для реалізації прагматичного спрямування сучасних англомовних ЗМІ. Н*ауковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2020. с. 27-30

45. Корунець, І. В. Порівняльна типологія англійської та української мов. Вінниця: Нова Книга.2003 с. 76

46. Коккіна, Л., Марінашвілі, М. Ґендерно нейтральна мова в сучасному суспільстві як перекладознавча проблема. *Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія»*, 2021 С. 47–56

47. Комов О. В. Ґендерний аспект перекладу. *Актуальні проблеми слов'янської філології*. 2021. Вип. 24. Ч. 1. С. 409–417

48. Кушнірова Т.В., Капко М.М., Ступка І.М. Збереження ґендерної нейтральності тексту під час пере-кладу нормативно-правових актів. *Вчені*

записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Філологія. Соціальні науки. 2020. Т. 31(70)

49. Основи теорії гендеру: юридичні, політологічні, філософські, педагогічні, лінгвістичні та культурологічні засади: монографія / кол. авт.; ред. Л. Р. Наливайко, І. О. Грицай. К.: «Хай-Тек Прес», 2018. 348 с.

50. Потятинник У.О. Соціолінгвістичні та прагмастилістичні аспекти функціонування сленгової лексики (на матеріалах періодики США): Автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04. Львів. 2023. - 246 с.

51. Ребрій О. В. Сучасні концепції творчості у перекладі : [монографія]. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 376 с.

52. Руденко М. Ю. Арго, жаргон і сленг у європейському й американському мовознавстві: історія і сучасний стан дослідження: дис. канд. філ. наук. Руденко М. Ю. Слов'янськ. 2019. 270 с.

53. Соціально-психологічні проблеми гендерної стратифікації суспільства: *матеріали XV Всеукраїнської науково-практичної конференції (з міжнародною участю)* (м. Дніпро, 24 червня 2022 р.) Дніпро: вид- во СНУ ім. В. Даля, 2022. 177 с.

54. Сидельникова Л. В. Проблема бінарної опозиції у сучасній гендерній лінгвістиці. *Проблеми семантики слова, речення та тексту* : зб. наук. пр. Київ, 2020. Вип. 17. С. 319 – 324

55. Смолл Б. Любов дика та прекрасна. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2018. 512 с

56. Слінчук В. В Соціальна типізація гендерних стереотипів у мові ЗМІ *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2004. С. 67-73.

57. Степанова Е. Р. Сутність та походження поняття «гендер». *Авторська редакція*.2017 с. 55-67

58. Мартинюк А. П. Конструювання гендеру в англомовному дискурсі. Харків: Константа, 2004. 292 с.

59. Мак'юен Ієн. Спокута : роман : пер. з англ.; пер. Ольга Смольницька ; відп. ред. Н. Тисовська. Київ : КМ-Букс, 2018. 413 с.

60. Левченко О. Лінгвістичні дослідження ґендеру в Україні. *Людина. Комп'ютер. Комунікація : збірник наукових праць.* Львів : Львівська політехніка, 2017. С. 74–83.

61. Левицький А. Е. Порівняльна граматика англійської та української мов. Київський університет. 2008 С. 99-108

62. Лутцева М. В. Англійська юридична термінологія та способи її перекладу на українську мову. *Вісник лінгвістичний. Серія: Лінгвістика та міжкультурна комунікація*. 2017. № 2-1. С. 110–113.

63. Лук'янова Т. Г. Основи англо-українського кіноперекладу: навчальний посібник для студентів 4 курсу освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» денної форми навчання факультету іноземних мов. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 145 с.

64. Тихоненкова Д. Переклад фразеологічних зворотів англомовної юридичної терміносистеми українською мовою: збірник наукових праць «Роль іноземних мов у соціокультурному становленні особистості». К. 2021. С. 147-151.

65. Рагимова Е. І. Лінгвістичні засоби вираження ґендеру в англійській мові. Перекладацькі інновації : *матеріали IX Всеукраїнської студентської науковопрактичної конференції*, м. Суми, 14–15 берез. 2019 р. 2019. С. 160–162.

66. Рубан Л.М. Ґендерні особливості перекладу художнього тексту в наукових працях. *Філологічні трак-тати*. 2013. Т. 5. № 4. С. 62–66

67. Степанова О. Р. Сутність та походження поняття «гендер». Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика. 2017. С. 1–2.

68. Сизова О. Ф. Особливості відтворення в перекладі гендерної ідентичності суб'єкта жіночого поетичного дискурсу (на матеріалі англомовних перекладів з української) : дис. на здобуття наукового ступ. канд. філол. наук : 10.02.16. Київ, 2021. 182 с.

69. Сировець А. Ю. Гендерна асиметрія та її відтворення в художньому перекладі (на прикладі оповідання Хуліо Кортасара «Дальня»). 2013. 654 с.

70. Собецька Н.В. Мовні стереотипи гендерної ідентичності. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2017. № 9. Т. 2. С. 136–140.

71. Храбан Т. Є. Теоретичне осмислення концепту "жінка" у лінгвістиці. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики* : зб. наук. пр. Київ, 2022. Вип. 25. С. 473 – 481.

72. Чуланова Г. В., Шевченко В. Ґендерно марковані одиниці у рекламних текстах. Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства: *матеріали Всеукраїнської наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів*, м. Суми, 21-22 квітня 2016р. Суми : СумДУ, 2016. С. 228–230

73. Федорова О. Гендерно-ненейтральні експліцитно марковані назви осіб у структурі функціональносемантичного поля статі сучасної англійської мови. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія: Сучасні тенденції розвитку мов*. 2021. Вип. 5. № 9. С. 270-274.

74. Hnatiuk, L.The Functional and Pragmatic Peculiarities of the Anthropocentric Phraseological Units in Different Languages and Cultural Environments. Studies about languages, indexed and abstracted by SCOPUS. Kaunas University of Technology, edition 30, 2017. Pp.18-28

75. Hornby A.S. Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English. Vol. I. Oxford University Press, 2010.

76. Patricia B. Campbell, Ph.D. Jennifer N. Storo. Girls Are... Boys Are... : Myths, Stereotypes & Gender Differences, 2015.p. 765

77. Khan A., Khandaker Sh. Analysing Masculinity from the Key Theoretical Lenses and Searching for Linkages with Violence against Women. *Masculinities and Social Change*, 2017. Vol. 6 No. 3. P. 257–287

78. NYC Commission on Human Rights. Legal Enforcement Guidance on Discrimination on the Basis of Gender Identity or Expression: Local Law No. 3. 2002; N.Y.C. Admin. Code § 8-102.

79. Curzan A. Gender Shifts in the History of English. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

80. Piller I. Gender and the English Language: An Overview of Research. Applied Linguistics, 32(2), 2011. P. 111-127.

81. Stoller, R.. Sex and Gender: On the Development of Masculinity and Femininity. Science House. 1968. 135 p.

82. Elizabeth Gilbert City of Girls. London : Bloomsbury Publishers, 2019. P. 536-538.

83. Ponomarenko O. O., Chrdileli T. V., Kozhemiachenko N. V. Grammatical and Sociolinguistic Aspects of Translating Non-Binary Pronouns From English Into Ukrainian. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського.* Серія: Філологія. Журналістика p. 321

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

84. Бабак М. Глосарій і тезаурус Європейського інституту з ґендерної рівності / за ред. М. Бабак та ін. Київ : Вістка, 2021. 170 с.

85. Національний авіаційний університет. Аналіз граматичних особливостей української та англійської мов. 2015р. URL: https://naub.oa.edu.ua/2015/аналіз-граматичних-особливостей-укр/ (дата звернення: 12.10.2025)

86. Maslova Yulia Petrivna, Zukow Walery. Gender Concepts and Gender Stereotypes in a Linguistic Picture of the World. *Journal of Education, Health and Sport*. 2017;7(8):1241-1257.

87. A Language Index of Grammatical Gender Dimensions to Study the Impact of Grammatical Gender on the Way We Perceive Women and Men DOI https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2019.01604/full (дата звернення: 05.09.2025)

88. Coates J. Women, Men and Language: A Sociolinguistic Account of Differences in Language. Perlego. 2015. URL: https://www.perlego.com/book/1569969/women-men-and-language-asociolinguistic-account-of-gender-differences-in-language-pdf (accessed: 15.10.2025)

89. Oxford Learner's Dictionary. Oxford University Press, 2022. URL: https://www.oed.com (accessed: 01.09.2025)

Додаток А

Переклад англійських гендерно маркованих сленгізмів українською мовою

Англійський сленг	Буквальне значення	Еквівалентний переклад	Нейтралізація	Описовий переклад	Коментар
Chick	курча	ципочка, кралечка	дівчина	молода жінка, про яку говорять фамільярно	Має зневажливу конотацію щодо жінки; переклад залежить від стилістичного контексту
bimbo	дурненька красуня	блондинка (у стереотипному сенсі), дурненька	жінка	молода жінка, приваблива, але не дуже розумна	В українській мові часто передається описово, аби уникнути дискримінаційності
Fox	лисиця	Лисичка, краля	дівчина	дуже приваблива жінка	Має сексуалізовану оцінність; вживається переважно у чоловічому мовленні.
dude	хлопець, парубок	чувак	друг	молодий чоловік у неформальному середовищі	В українській мові «чувак» повністю відтворює сленгову експресивність

big shot	великий постріл	велика шишка, важна персона	керівник	особа, яка має владу та вплив	Належить до сфери статусних стереотипів, частіше стосується чоловіків.
badass	жорсткий, небезпечний	крутий, брутальний	сильний	людина, що справляє враження сміливої та сильної	В англійській має більш агресивний відтінок, ніж в українському перекладі.
fuddy-duddy	старомодна людина	консерватор, відсталий	літня людина	той, хто тримається за старі традиції	У нейтралізованому варіанті втрачається іронічність.
sugar daddy	«цукровий татусь»	спонсор	багатий чоловік	старший чоловік, який фінансово утримує молоду жінку	Укріплює гендерні стереотипи, пов’язані з матеріальною залежністю жінки.

SUMMARY

The presented paper is dedicated to the linguistic study of gender as a multidimensional phenomenon that has evolved from a grammatical category into a complex interdisciplinary concept. Gender is viewed as a sociocultural construct shaped by historical and social factors, and modern linguistics examines how it influences communication, identity formation, and social roles.

The object of the work can be defined as the system of gender-marked linguistic elements—grammatical forms, lexical units, phraseological expressions, and discourse patterns—that reflect cultural norms, stereotypes, and social inequalities. The study highlights how Ukrainian and English languages encode gender differently: Ukrainian relies heavily on grammatical gender, while English expresses it mainly through pronouns.

The main aim of the paper consists in identifying how gender asymmetries manifest in language and how they can be addressed in translation. The research outlines typical forms of linguistic sexism, such as androcentrism, asymmetric naming, and invisibility of women, and reviews modern tendencies toward feminization and the use of gender-neutral vocabulary. Special attention is paid to translation strategies for gender-marked elements, including neutralization, descriptive rendering, adaptation, and compensation.

Translation of English binary (he/she) and non-binary pronouns (they-singular, ze/zir, xe/xem) poses particular challenges due to the grammatical constraints of Ukrainian. Translators must balance accuracy, inclusivity, and cultural norms while avoiding the reinforcement of stereotypes.

The paper concludes that gender marking in language performs not only communicative but also cultural and ideological functions. Therefore, the translator acts as a cultural mediator who contributes to shaping inclusive linguistic practices and to the broader process of rethinking gender roles in contemporary society.

Keywords: *latent manifestations, gender, linguistic representation, slang, gender markedness*

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Голик Олександр Сергійович, студент 2 курсу магістратури, заочної форми навчання, факультету іноземної філології, спеціальність 035 Філологія, освітньо-професійна програма переклад (англійський), адреса електронної пошти golika1812@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему ГЕНДЕРНА ПРОБЛЕМАТИКА У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇЇ ВИСВІТЛЕННЯ В УКРАЇНОМОВНИХ ПЕРЕКЛАДАХ: ЛЕКСИКА, СЕМАНТИКА ТА ПРАГМАТИКА відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

17.11.2025 Голик О. С.