

- Карпенко С. Д. Зв'язок українських народних казок про тварин із соціальною і побутовою дійсністю. *Система і структура східнослов'янських мов*. К. : Знання, 2002. С.113-118.
- Панина О. В. Комическое и языковые средства его выражения : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19. М. : 1996. 20 с.
- Пермяков Г. Л. К вопросу о структуре паремииологического фонда. *Типологические исследования по фольклору*. М. : Наука, 1975. С. 247–274.
- Пропт В. Я. Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре. М. : Лабиринт, 1999. 288 с.
- Проценко Ю. В. Специфіка англійської літературної казки про тварин (XIX ст.) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.04. Сімферополь, 2010. 20 с.
- Радина Е. М. Лингвостилистические особенности короткого юмористического рассказа : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Пятигорск, 2002. 19 с.
- Синегуб С. В. Семантика, синтаксис та прагматика німецьких портретних дієслів : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ : КДЛУ, 1996. 21 с.
- Уфімцева А. А. Опыт описания лексики как системы. М. : Наука, 1986. 287 с.
- Oest B. Reineke Fuchs. Köln : Hermann Schaffstein Verlag, 1978. 118 S.
- Pichtownikowa L. Synergie des Fabelstils: Die deutsche Versfabel vom 13. - 21. Jahrhundert. Aachen : Sharker Verlag, 2008. Uhr. B.G. B.5. 322 S.

(Матеріал надійшов до редакції 6.03.19. Прийнято до друку 19.04.19)

УДК: 305 : 004.773.7-055.1 : 811.112.2

DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-1135/2019-76-04>

**ВЕЛИКА І. О.**

(Запорізький національний університет)

## ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ ОСІБ ЧОЛОВІЧОЇ СТАТІ НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКОМОВНИХ ШЛЮБНИХ ІНТЕРНЕТ-ОГОЛОШЕНЬ СУЧАСНОСТІ

Стаття присвячена дослідженню особливостей комунікативної поведінки особи чоловічої статі на матеріалі сучасного німецькомовного шлюбного Інтернет-дискурсу. У статті розглядається історія гендерних досліджень, виокремлюються особливості фемінної і маскулінної мовної поведінки. Значна увага приділяється особливостям сучасного Інтернет-дискурсу, а також виокремлюються певні риси саме німецькомовного Інтернет-дискурсу сучасності. На матеріалі віртуального шлюбного оголошення встановлюються особливості маскулінної мовної поведінки і стереотипи маскулінності, які актуалізуються на матеріалі віртуальних шлюбних оголошень.

*Ключові слова* : гендер, комунікативна поведінка, Інтернет-дискурс, шлюбне оголошення, маскулінність, фемінність.

**Velyka I. O. The Peculiarities of Communicative Behavior of Masculine Personalities in German Internet Marriage Announcements of Modernity.** The research paper deals with the question of development of gender studies. It is shown that the gender research is a quite new direction of linguistics but has drawn attention of many scientists already. The question of peculiarities of feminine and masculine communicative behavior is considered in the article. It is proved that the described differences in feminine and masculine behavior are based on physical and psychological differences of representatives of the both genders. The main characteristics of Internet discourse that is considered as a special discourse type are indicated in the article. Especial attention is paid to specific characteristics of German Internet discourse of modernity. It is proved that German Internet discourse is significantly influenced by English Internet discourse and contains a substantial amount of loan words from English. The definition of marriage announcement is given in the article; its main features are pointed out. The analysis of one of the most extraordinary German Internet marriage announcements is provided in the theoretical part of the scientific research. On the grounds of analyzed German Internet marriage announcement some characteristics of masculine personality in German virtual discourse are pointed out. The researched features of masculine German virtual personality allowed us to consider modern masculine stereotypes that are actualized in German Internet marriage discourse. It should be underlined that the stereotypes analyzed in the following research could be considered as a combination of classical masculine stereotypes that are deeply rooted in the modern society and consciousness of the representatives of different cultures, and the new gender stereotypes that become more and more popular and are the combination of feminine and masculine features. The research paper allows to reach the conclusion that the categories “femininity” and “masculinity” change their content and lose their strict borders.

*Key words*: gender, communicative behavior, Internet discourse, marriage announcement, masculinity, femininity.

Гендерні дослідження привертають увагу широкого кола сучасних науковців. Через призму статі досліджуються різноманітні мовні явища, адже гендер є найважливішою характеристикою людини, тим фактором, що визначає все її існування у межах соціуму. Гендер є не тільки певним психологічним і філософським конструктом, він є тим

феноменом, за допомогою якого формується мова, він визначає мовленнєву поведінку комунікантів, особливості певних дискурсивних типів. З огляду на те, що світ людини і її мовна діяльність тісно пов'язані, гендер як науковий феномен допомагає пролити світло на специфіку багатьох мовних явищ.

У нашому дослідженні увага звертається на дослідження особливостей комунікативної поведінки представників різних гендерів. З тієї причини, що мовлення людини віддзеркалює її свідомість і дає інформацію про велику низку аспектів її життя, комунікативна поведінка є надзвичайно актуальним питанням для дослідження гендеру у сучасній лінгвістичній думці. У нашому дослідженні ми розглянемо цей науковий феномен на матеріалі сучасного німецькомовного дискурсу Інтернет-оголошень. Саме цей матеріал дослідження дає змогу простежити найактуальніші тенденції у розвитку мовленнєвої поведінки чоловіків і жінок, адже Інтернет-спілкування є невід'ємною частиною сучасного життя, воно демонструє найновіші тенденції у розділенні гендерних ролей, зміну гендерних стереотипів.

Шлюбні оголошення є тим матеріалом дослідження, який демонструє, яким чином жінка і чоловік конструюють і репрезентують свою особистість з метою сподобатись представнику протилежної статі. Під шлюбними оголошеннями у цьому дослідженні ми розуміємо будь-які оголошення чоловіків і жінок, які розміщено у мережі Інтернет з метою знайомства з представниками протилежної статі для розвитку серйозних стосунків або приємного проведення вільного часу. Отже, мета опублікованих оголошень не є суттєвою для нашої наукової розвідки, головним для нас є те, що особа фемінної або маскуліної статі намагається привернути до себе увагу представника протилежної статі з метою реалізації своїх бажань і цілей. Особливу увагу у нашій науковій розвідці ми привертаємо чоловічій комунікативній поведінці, а саме встановленню її особливостей і виокремленню нових маскуліних стереотипів, що сформовано в Інтернет-дискурсі сучасності.

Таким чином, наше дослідження комунікативної поведінки чоловіків є **актуальним**, адже воно дає змогу не тільки простежити особливості мовленнєвої поведінки представників чоловічої статі на матеріалі Інтернет-дискурсу шлюбних оголошень, який є відносно новим дискурсивним типом, а й пролити світло на формування нових гендерних стереотипів, простежити тенденції суспільного розвитку, зміну старих маскуліних стереотипів.

**Об'єктом** дослідження є комунікативна поведінка осіб чоловічої статі. **Предметом** – гендерні особливості маскуліної комунікативної поведінки на матеріалі шлюбних оголошень Інтернет-дискурсу німецькомовних країн.

**Метою** дослідження є встановлення гендерних особливостей комунікативної поведінки чоловіків, що актуалізуються на матеріалі шлюбних оголошень німецькомовного Інтернет-дискурсу. Згідно з метою дослідження нами вирішуються такі **завдання**:

1. Встановити особливості жіночого і чоловічого мовлення, пояснити природу розбіжностей у спілкуванні представників обох статей.
2. Дати визначення поняттю «комунікативна поведінка», окреслити специфіку цього феномену.
3. Визначити специфічні риси Інтернет-дискурсу як нового дискурсивного типу сучасності.
4. Встановити особливості комунікативної поведінки особи чоловічої статі у сучасному німецькомовному шлюбному дискурсі, простежити зсув гендерних стереотипів стосовно особи чоловічої статі у німецькомовному віртуальному просторі.

Дослідження різноманітних мовних явищ через призму гендеру є надзвичайно актуальним напрямом сучасної лінгвістичної думки. Гендер є тим науковим феноменом, що знаходиться на межі багатьох наукових дисциплін і є невід'ємною частиною всіх явищ і феноменів, пов'язаних зі світом людини. Гендер зацікавив вчених відносно недавно, але

історія гендерних студій нараховує значну кількість наукових розвідок, що проливають світло на актуалізацію статі людини засобами мови.

Перш за все слід зазначити, що сам термін «гендер» спочатку мав відношення саме до лінгвістики. В англо-російському словнику В. Мюллера поняття «гендер» має два значення: перше – це позначення граматичного роду, а друге – це позначення біологічної статі людини. У своєму нелінгвістичному значенні термін «гендер» був вперше застосований психологом Р. Столлером у 1968 році. Автор впровадив цей термін для відокремлення категорій «фемінність» і «маскулінність», які є соціокультурними характеристиками понять «жіноче» і «чоловіче». «Чоловіче» і «жіноче», при цьому, є тими категоріями, що формують природну базу для встановлення відмінностей між представниками обох статей [Блохина 2003]. Отже, поняття «гендер» було виокремлено спочатку для позначення граматичної категорії статі, вже потім було запозичене іншими науковими дисциплінами і на даний момент є тим науковим явищем, що знаходиться в центрі уваги багатьох наукових розвідок.

Звертаючись до історії гендерних досліджень, слід, перш за все, звернутись до наукових студій Ф. Маутнера, який є автором відомої книги «Внесок у критику мови» [Mauthner 1982], і О. Есперсена, що вважаються одними з перших вчених, які провели дослідження в гендерній площині [Есперсен & Ильиш 1958]. Ф. Маутнер пояснював відмінності між чоловічою і жіночою комунікативною поведінкою тим, що чоловіки і жінки історично відігравали різні соціальні ролі. Чоловіки мали змогу брати участь у театральних виставах античних часів та їх мова вважалася еталонною.

О. Есперсен при цьому зауважував, що чоловіки і жінки відіграють різні ролі у формуванні мови – чоловіки часто вдаються до інновацій у мові і віддають перевагу всьому новому, жінки ж, у свою чергу, послуговуються класичною мовою, є більш консервативними у застосуванні певних мовних засобів [Исмаилов 2017]. Такі дослідження ще не можна назвати структурованими і обґрунтованими з наукової точки зору, скоріш вони мають описовий характер і висловлюють думки науковців, а не наукові висновки, але дуже важливим в даному випадку є те, що ці дослідження були одними з перших і стали поштовхом для інших гендерних студій у цій площині.

Початок сучасних досліджень гендерних особливостей мовленнєвої поведінки пов'язаний з іменами таких вчених, як С. Трёмель-Плётц [Trömel-Plötz 1978], Р. Лакофф [Lakoff 1973]. Р. Лакофф, досліджуючи жіночу і чоловічу мовленнєву поведінку, наголошує на проблемі сексизму в мові і підкреслює, що жінку, яка бере участь у дискусії, розглядають лише як певний об'єкт, але ні в якому разі не як особистість зі своїми власними поглядами [Ягуфаров 2013]. Таким чином можна зробити висновок про те, що жінка займала підлегле становище у мові. А з тієї причини, що мова є віддзеркаленням нашої свідомості і суспільних відношень в цілому, слід говорити про загальне зневажливе ставлення до особи жіночої статі у соціумі того часу.

Згідно з дослідженнями Інґрід Замель [Samel 2000] мова чоловіків і жінок має такі характеристики: жінки перш за все послуговуються вокабуляром, який пов'язаний зі сферою їх інтересів і життєдіяльності, тобто із такими поняттями як «Kinder, Küche, Kleider»; мова жінки є ніжною, вона часто прикрашає її деталями, боїться образити співбесідника; жінки найчастіше послуговуються питальною інтонацією у спонукальних і стверджувальних реченнях; стиль жіночого мовлення є невпевненим, вони часто перепитують співрозмовника, застосовуючи такі питальні конструкції, як «Так?», «Вірно?», та інші, замість того, щоб говорити впевнено. Жінки часто вживають у своєму мовленні певні мовні маркери, що обмежують сферу впливу того, що сказано ними – наприклад, «мені здається...», «схоже, що...», «ти знаєш, ....».

Жінки часто вживають емпатичні прислівники і інтенсифікатори – «так гарно», «дійсно гарно», «як гарно». Жіноче мовлення є гіперкоректним, жінки розмовляють значно коректніше за чоловіків, їх синтаксис і вимова є зразковими. Жінки не розповідають жартів.

Вони не лаються і не вживають вульгаризмів. Мовленнєві кліше, що обирають жінки, є завжди ввічливими. Такий жіночий мовленнєвий стиль розглядається як щось недорозвинене в протизвагу чоловічому стилю. Вважається, що жінки не мають достатнього рівня самосвідомості і самовпевненості, що феміністичні автори того часу вбачають у підлеглому становищі осіб жіночої статі у суспільстві.

Для боротьби із таким положенням жінок у соціумі жінкам пропонується застосовувати чоловічі моделі мовлення [Jahnel & Samel 2017]. Слід зазначити, що дослідження Інґрід Замель вже враховують певні мовні явища при аналізі комунікативної поведінки жінок. Нажаль, комунікативна поведінка особи жіночої статі протиставляється чоловічій і постійно порівнюється з нею, але вже на подальших етапах досліджень комунікативної поведінки вчені визнають, що чоловіки і жінки є від природи різними, тому не має категорій «краще» і «гірше», існують лише певні особливості, що визначають комунікативну поведінку осіб різних гендерів.

Слід також розглянути поняття комунікативної поведінки, адже воно є базовим для нашої наукової розвідки. Під комунікативною поведінкою, услід за І. А. Стерніним, ми розуміємо сукупність норм і традицій спілкування окремого народу, вікової, соціальної, професійної, гендерної та інших груп, а також певного індивіду (Стернин, 2018). Таким чином, говорячи про гендерні особливості комунікативної поведінки, слід говорити про норми і традиції спілкування індивідів, що належать до певної гендерної групи, про характеристики, які має комунікативна поведінка осіб жіночої і чоловічої статі.

Згідно з гендерними дослідженнями сучасності, ряд вчених виокремлює характеристики, які визначають комунікативну поведінку фемінної і маскуліної особистості. Дослідниця О. А. Земська вважає, що найвагомішу різницю у жіночому і чоловічому мовленні можна прослідити на рівні лексики. Так, жінки часто застосовують зменшувальні номінації, особливо, звертаючись до дітей та тварин. Для них характерними є приблизні номінації, гіперболізація понять, експресивність, велика кількість емоційно-оцінних слів. Чоловіче мовлення, навпаки, є грубим, визначається точністю, відсутністю емотивної лексики, наявністю термінів і професіоналізмів, що застосовуються поза сферою їх вживання, а також стилістично зниженими лексичними одиницями [Земская 2008]. Таким чином, жіноче мовлення є більш експресивним і нормативним, чоловіки, в свою чергу, мають схильність до стилістично зниженої лексики, грубих виразів і значної кількості застосованих професіоналізмів.

А. В. Кириліна свідчить про те, що мовлення жінок і чоловіків відрізняється також на рівні лексичного складу, семантичних і асоціативних полів. Жінки є сфокусованими у першу чергу на своєму внутрішньому світі, вони послуговуються значним рядом лексем на позначення внутрішнього і психічного стану людини, її емоцій і переживань. І якщо жіноче асоціативне поле поєднано з більш узагальненою сферою (тварини, повсякденне життя, природа), то асоціативне поле чоловіків спрямоване на професійне і воєнне життя, на полювання, спортивну діяльність [Кириліна 2015]. Отже, такий погляд на природу розбіжностей у комунікативній поведінці чоловіків і жінок пояснює їх розбіжності різними моделями світу, адже жінка більш сфокусована на інших людях, спілкуванні з ними, світі природи і родині, в той час як чоловік спрямований перш за все на досягнення, успіх у професійному житті і конкуренцію з іншими чоловіками.

Н. Л. Пушкарьова різницю у комунікативній поведінці чоловіків і жінок вбачає у вживанні різних синтаксичних конструкцій. Жіночий синтаксис відзначається експресією, для представниць жіночої статі характерні розгорнуті речення, інверсія, питальні і окличні конструкції. Чоловічі речення, навпаки, характеризуються меншою динамічністю, предметністю і лаконічністю висловлювань [Пушкарьова 2017]. Отже, синтаксичний рівень дослідження комунікативної поведінки ще раз підкреслює думки про те, що жінка за своєю природою є більш експресивною, спрямованою на висловлювання емоцій, в той час як

чоловік є більш стриманим, він спрямований на передачу інформації, його мовлення є конструктивним.

Дослідниця О. І. Горошко також відзначає те, що жінка частіше за чоловіка послуговується питальними конструкціями, таким чином вона намагається продовжити розмову і знайти спільну мову зі співрозмовником. Якщо жінка не згідна з думкою, що висвітлено в ході розмови, вона висловлює це за допомогою мовчання, її репліки менш категоричні, ніж репліки чоловіка. Хоча в той же час авторка зазначає, що жінки є більш наполегливими у веденні бесіди. Чоловік висловлює свої думки прямо, не вдаючись до значної кількості форм ввічливості, він, як правило, говорить те, що думає, намагається домінувати під час розмови, є наполегливим і агресивним. Його репліки також більш довгі і тривалі, ніж репліки, якими послуговується особа жіночої статі [Горошко, Полякова 2015]. Отже, авторка виділяє ті характерні особливості комунікативної поведінки, що характеризують чоловіків і жінок у спілкуванні, пов'язуючи їх з психологічними особливостями представників обох гендерів.

Висловлену вище думку поділяє також дослідниця А. С. Страхова, наголошуючи на тому, що жінки частіше за чоловіків ставлять запитання, мають схильність до підтримання діалогу, висловлюючи солідарність і погоджуючись із співбесідником, стимулюють бесіду, даючи короткі відповіді у вигляді вигуків і займенників. Чоловіки, у свою чергу, навпаки мають схильність до переривання висловлювань партнера, вони часто не погоджуються зі своїм опонентом, ігнорують коментарі інших учасників комунікації, часто реагують на репліки без ентузіазму. Вони жорстко контролюють тему розмови, мають схильність до прямого висловлення своєї думки і повідомлення про факти [Страхова 2010]. Отже, дослідження комунікативної поведінки чоловіків і жінок, що розглянуто у дослідженнях вчених сучасності, є свідченням того, що комунікативна поведінка залежить від психофізіологічних характеристик особи, а також від стереотипів, які традиційно прийняті у суспільстві.

Але не слід також забувати про те, що ми говоримо не про комунікативну поведінку взагалі, а лише про певний стиль комунікативної поведінки. Таким чином, в залежності від ситуації і очікувань від певної особи, фемінна або маскулінна особистість може послуговуватись тим або іншим стилем комунікативної поведінки, демонструвати комунікативні ознаки представника протилежної статі.

Слід звернути нашу увагу також на особливості Інтернет-дискурсу, на матеріалі якого розглянуто комунікативну поведінку маскулінної особистості. Інтернет увійшов у життя соціуму у ХХ-му столітті, змінивши моделі спілкування між людьми, а також манеру подачі інформації. Отже, ера Інтернету поставила перед лінгвістами необхідність дослідження Інтернет-мови.

Перш за все слід зазначити, що віртуальну комунікацію характеризує різноманітність способів і форм взаємодії, що є можливим завдяки широкому колу функціональних можливостей мережі Інтернет. Ці способи комунікації сучасні дослідники розділяють за ступенем їх інтерактивності (синхронна і асинхронна комунікація), відкритості (публічна і приватна форми), спрямованості комунікації (моно-, діа-, полілогічні форми), спрямованості спілкування (спілкування заради спілкування або обговорення певної теми, предмету) [Якоба 2012]. Форми і види комунікації мають значний вплив на вибір мовних засобів і стилю комунікації у мережі, але в контексті віртуального дискурсу слід все ж таки говорити про певні специфічні риси мережевої мови.

Дослідниця Ю. Р. Тагільцева виокремлює такі специфічні риси мови Інтернету: наявність спеціальних піктограм, що замінюють невербальні засоби комунікації (наприклад, емотикони для виразу емотивного стану комуніканта, застосування великих літер для маркування інтонації); наявність нейтральних засобів літературної мови; наявність нелітературних мовних засобів, що зближує Інтернет-дискурс із мовою публіцистики;

широке застосування неологізмів; утворення неологізмів за продуктивними моделями словоутворення; наявність неологізмів, що належать до комп'ютерної тематики та пов'язані з комп'ютерним жаргоном; наявність ономастичної лексики, що відзначається значною експресією; аграматизм; емоційний синтаксис [Тагильцева 2006]. Таким чином, виявляємо, що Інтернет-спілкування є сумішню багатьох жанрів, має в собі як літературні, так і ненормативні мовні засоби, а також ряд специфічних особливостей, що характерні саме для Інтернет-дискурсу. Все це підтверджує той факт, що Інтернет-комунікація значно наближена до життя, людина є вільною у висловленні своїх почуттів і думок, а комп'ютер навіть допомагає знімати бар'єри і почувати себе вільно, бути тим, ким комуніканти бажає бути.

О. О. Яковлюк, досліджуючи німецькомовний Інтернет-дискурс, підкреслює той факт, що віртуальні комуніканти сприймають середу спілкування як усну, не зважаючи на її текстовість і фізичну природу. Письмове мовлення Інтернету зберігає, таким чином, такі риси усного мовлення як образність і емотивність. Автор відзначає тенденцію до скорочення інформації на лексичному і синтаксичному рівнях. Для лаконічної передачі інформації комуніканти послуговуються еліпсами і еліптичними конструкціями, метою яких є передача найважливішої інформації, що забезпечить вірне сприйняття переданого змісту. Особливо еліпсис вживається на гральних серверах, де головним моментом є швидкість передачі інформації і однозначність її трактування. Особливою ознакою Інтернет-спілкування, на думку автора, є вживання графічних засобів, які полегшують сприйняття інформації, створюють особливий емоційний фон, ефект невимушеності і легкості спілкування. Автор також зауважує, що як усне мовлення може перериватись зауваженнями, уточненнями, роздумами, так і в Інтернет-дискурсі зустрічаються уточнення, риторичні питання, питання до себе. Ще однією рисою німецькомовного Інтернет-дискурсу, на думку О. О. Яковлюка, є аграматизм, тобто відхилення від пунктуаційних і синтаксичних норм мови.

Звертаючи увагу на німецькомовний Інтернет-дискурс, слід також наголосити на тенденції до змішування англійської та німецької мов, адже основною мовою, якою послуговуються у віртуальному просторі, є англійська. В ході такої комунікації часто трапляються інтерференційні помилки, що може пояснюватись як швидкістю набору тексту, так і необхідністю послуговуватись двома мовами у мережі. Але особливістю Інтернет-комунікації, не зважаючи на вищезгадану тенденцію, є відсутність непорозуміння у випадку інтерференційних помилок. Можливо, це можна пояснити асинхронністю спілкування, коли реципієнт інформації завжди має час перечитати і подумати над прочитаним (Яковлюк, 2014). Таким чином, ми розглянули деякі особливості німецькомовного Інтернет-дискурсу. Головною рисою саме віртуального дискурсу німецькомовних країн з нашої точки зору є тенденція до змішення англійської і німецької мов, що пояснюється надзвичайною популярністю англійської мови у мережі.

Звернемось до аналізу шлюбного оголошення, яке розміщено на німецькомовному Інтернет-просторі. Для аналізу гендерного аспекту комунікативної поведінки особи чоловічої статі ми звернемось до номінацій маскуліної особистості, які застосовуються нею з метою самономінації і самохарактеризації. Шлюбне оголошення, метою якого є пошук потенційної партнерки для проведення вільного часу і, можливо, укладання шлюбу, розміщено на сайті безкоштовних шлюбних оголошень німецькомовного простору: *«Ich (60 J.) habe volles dunkelblondes Haar, eine schlanke männliche Figur und ich bin ein gepflegter Typ mit einem ansprechenden Erscheinungsbild, der auf sich achtet und dementsprechend jünger wirkt. Wenn Du Dir einen Lebensgefährten mit guten Manieren wünschst, der Dir viel Zuneigung, Nähe und Geborgenheit bietet, sollten wir uns baldmöglichst kennenlernen. Ich bin ein einfühlsamer und verantwortungsvoller Mann, eher solide als draufgängerisch. Ich möchte eine gleichberechtigte Partnerschaft in den Mittelpunkt meines Lebens stellen, in der beide auf ihre Kosten kommen und sich rundum wohlfühlen.»*

*Mittelfristig könnte ich mir bei Vertrauen und gutem Verstehen auch eine Ehe vorstellen. Du (schlank, bis Anfang 50 J.) solltest Dich gerne schick machen und über eine feminine Ausstrahlung verfügen. Ich verdiene gut, habe ein schönes Haus und genieße einen angenehmen Lebensstil. Gemeinsam das Beste aus dem Alltag machen und ein Leben frei von materiellen Sorgen führen ist mein Ziel in einer Partnerschaft.*

*Zuschriften MIT FOTO aus dem Raum Frankfurt, Offenbach, Hanau und Aschaffenburg werden gerne beantwortet» [Die Frau an meiner Seite gesucht].*

Слід зазначити, що чоловік, який є автором оголошення, дає надзвичайно детальний опис себе, а також тієї партнерки, яку він бажає зустріти. Така увага до фактів і деталей, особливо перебільшена увага до зовнішності, є згідно з класичними уявленнями про фемінність типово жіночими рисами характеру. Фемінність чоловіка-адресанта проявляється найбільш при описі своєї зовнішності, про що свідчать такі лексеми і словосполучення, як «*gepflegt*», «*mit einem ansprechenden Erscheinungsbild*», «*der auf sich achtet*», «*jünger wirkt*». Такі характеристики, як доглянутість, сконцентрованість на своєму зовнішньому вигляді, молодості, є типово жіночими рисами, адже саме жінка стереотипно повинна бути гарною і доглянутою, адже її мета – подібатись чоловіку і конкурувати з іншими жінками. Слід також звернути увагу на лексему «*einfühllos*», яка характеризує чоловіка як натуру чуттєву і досить романтичну, адже емоційність і чуттєве сприйняття навколишнього світу є характерним саме для особи жіночої статі.

Дуже важливим моментом для аналізу наведеного шлюбного оголошення є те, що метою чоловіка є рівноправне партнерство, де кожний партнер може забезпечити себе сам («*gleichberechtigte Partnerschaft*», «*beide auf ihre Kosten kommen*»). Такий погляд на розподіл гендерних ролей є незвичним і новим, але повністю суперечить класичному маскулітному стереотипу про те, що чоловік є годувальником, має забезпечувати свою жінку і дітей.

Слід звернути нашу увагу також на граматичне оформлення наведеного оголошення – чоловік-адресант чітко дотримується правил, слідкує за пунктуацією, навіть виділяє абзаци для виокремлення нової думки. Така послідовність викладення інформації, урахування граматичних норм є характерним саме для жінок. Про фемінність оголошення свідчить також значна кількість прикметників на позначення себе і партнерки, що актуалізує таку рису чоловіка-адресанта, як емоційність.

Отже, ми можемо зробити **висновок** про те, що досліджуване шлюбне оголошення демонструє значну кількість жіночих рис, які згідно з класичними гендерними стереотипами не є характерними для маскуліної особистості. Наведений нами приклад демонструє, що маскуліність і фемінність є на сьогоднішній день явищами відносними, до кінця невизначеними. Шлюбний німецькомовний Інтернет-дискурс сучасності є свідченням зміни гендерних стереотипів і уявлень про «справжню жінку» і «справжнього чоловіка». Таку тенденцію в жодному разі не можна вважати позитивною або негативною. Слід говорити лише про «маскуліність» і «фемінність» нового зразку, про розвиток рівноправності жінок і чоловіків, що продиктовано новими суспільними тенденціями.

Серед **перспектив** подальших досліджень у цій площині слід назвати дослідження комунікативної поведінки в інших дискурсивних типах, а також дослідження мовної поведінки представників різних культур, що є вкрай необхідним для всебічного розуміння світових тенденцій формування гендерних стереотипів і розподілу гендерних ролей.

### Література

- Блохина Н. А. Понятие гендера : становление, основные концепции и представления. *Летняя школа «Общество и гендер»*. Рязань, 2003. URL : <http://www.gender-cent.ryazan.ru/blohina.htm> (дата звернення : 16.10.2019).
- Горошко Е. И., Полякова Т. Л. К построению типологии жанров социальных медий. *Жанры Речи*. 2015. Vol. 2, № 12. С. 119-127.
- Есперсен О., Ильин Б. А. Философия грамматики. М. : Издательство иностранной литературы, 1958. 400 с.
- Земская Е. А. Активные процессы в языке русского зарубежья. *Современный русский язык : активные процессы на рубеже XX-XXI веков*. М. : Языки Славянских Культур, 2008. С. 615-651.

- Исмаилов Г. М. Лингвокультурологическое исследование гендерного стереотипа в тюркской фразеологии (на материале узбекского, казахского и каракалпакского языков). *Вестник Российского Университета Дружбы Народов*. Серия : Вопросы Образования: Языки и Специальность. 2017. Vol. 14, № 1. С. 85-92.
- Кирилина А. В. Лингвофилософская рефлексия в эпоху глобализации. *Языковая ситуация в Европе начала XXI века : Сборник обзоров*. М. : ИНИОН РАН, 2013. С. 122-136.
- Пушкарьова Н. Л. Женщины Древней Руси и Московского царства X-XVII вв. СПб. : Издательство О. Абышко, 2017. 480 с.
- Стернин И. А. Как с кем разговаривать. Воронеж : "Ритм", 2018. 153 с.
- Страхова А. С. Гендерная дифференциация речи и её отражение в рекламном тексте во Франции и в России. *Вестник РУДН. Серия : Теория языка. Семиотика. Семантика*. 2010. № 4. С. 57-61.
- Тагильцева Ю. Р. Субъективная модальность и тональность в политическом Интернет-дискурсе. 2006. URL : [http://lib.sale/besplatno\\_politologiya/osobennosti-internet-diskursa-35236.html](http://lib.sale/besplatno_politologiya/osobennosti-internet-diskursa-35236.html) (дата звернення : 16.10.2019).
- Ягуфаров Р. А. Гендерно-возрастные особенности вербальных форм речевого этикета китайского языка (на материале экспериментальных исследований). *Филологические науки : вопросы теории и практики*. 2013. № 1. С. 212-215.
- Якоба И. А. Особенности интернет-коммуникации (социологический, лингвистический, гендерный аспекты). *Вестник ИрГТУ : Гуманитарные науки*. 2012. № 3 (62). С. 365-371.
- Яковлюк А. А. Специфика синтаксических средств немецкоязычного интернет-дискурса. *Вестник Челябинского Государственного Педагогического Университета*. 2014. (9.2). С. 212-215.
- Die Frau an meiner Seite gesucht*. URL: <https://www.quoka.de/partnerschaften-kontakte/er-sucht-sie/c6010a263749374/frau-meiner-seite.html> (дата звернення : 17.10.2019).
- Jahnel A. Samel I. Einführung in die Feministische Sprachwissenschaft. *Informationen Deutsch Als Fremdsprache*. 2017. 24(2-3). S. 393-397.
- Lakoff R. Language and woman's place. *Language in Society*. 1973. 2 (1). P. 45-79.
- Mauthner F. Beiträge zu einer Kritik der Sprache. *Zur Sprache und zur Psychologie*. 1906. Vol. 2. 235 p.
- Samel I. Einführung in die feministische Sprachwissenschaft. Berlin : Erich Schmidt, 2000. 224 S.
- Tromel-Plotz S. Linguistik und Frauensprache. *Linguistische Berichte Braunschweig*. 1978. Vol. 57. S. 49-68.

(Матеріал надійшов до редакції 18.02.19. Прийнято до друку 27.03.19)

УДК: 811.112.2'25:821.161.2-1

DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-1135/2019-76-05>

**ВОЛОШУК В. І.**

(Національний університет «Запорізька політехніка»)

## ДОМІНАНТНІ ТРОПИ В ЛІРИЦІ Р. М. РІЛЬКЕ ТА ЇХ ЗБЕРЕЖЕННЯ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ

Стаття присвячена аналізу стилістичних особливостей ідіостилію Р. М. Рільке на прикладі тропів та їх збереженню в українських перекладах. Використання тропів в ідіостильовому дискурсі поета відіграє структуротвірну роль. Метафора у віршах Рільке є поліфункціональною: вона слугує конкретизації представлення, риторичній меті (підкреслення, виділення, висування) і естетичній виразності. Багатозначний і поетичний світ природи грає в Рільке різними барвами завдяки частковій персоніфікації. Епітети, дають змогу німецькому поету показати предмет зображення з несподіваного боку, знайти в ньому нові риси. Авторські епітети роблять ідіостиль Рільке неповторним і важко перекладеним. До домінантних тропів поета відноситься порівняння. Вони характеризуються особливо широким діапазоном зіставлених понять. За допомогою порівнянь відбувається зближення таких віддалених понять як живе й неживе, фізичне й психічне; порівняння може стосуватися якості і кількості, емоцій і експресії, іншими словами, у порівнянні особливо виразно проявляє себе єдність процесів пізнання людиною світу. Рільке майстер несподіваних порівнянь. Кольороніми також часто виступають в порівняннях, створених Рільке. Намагаючись зберегти зміст та ідіостиль Рільке українські перекладачі використовують ряд перекладацьких трансформацій і в більшості випадків їм вдається зберегти тропейне наповнення поезій Рільке. Для передачі метафор перекладачі використовували наступні перекладацькі трансформації: конкретизація, генералізація значень, смисловий (або логічний) розвиток, цілісна перебудова речення тощо. На жаль іноді мова йде про демегафорізацію. При передачі епітетів українські перекладачі користуються додаванням, замінами частин мови та, зрідка, описовим перекладом. Проте епітети відтворюються в перекладах відповідно і зберігаються українськими перекладачами. Щодо порівнянь, то як правило застосовують синтаксичне розгортання (підрядне речення), рідше описовий переклад. *Ключові слова*: ідіостиль, метафора, епітет, порівняння, трансформації, конкретизація, додавання, описовий переклад, розгортання.

**Voloshuk V. I. Dominant tropes in the lyrics of R.M. Rilke, and their preservation in Ukrainian translations.** This article is devoted to the analysis of stylistic features of R. M. Rilke's idiosyle on the example of tropes and their preservation in Ukrainian translations. The use of tropes in the poet's idiosyle discourse plays a structural role. The metaphor in R. M. Rilke's poems is multifunctional: it serves to specify representation, identifies rhetorical purpose (by emphasizing, highlighting, advancing) and aesthetic expressiveness. Due to partial personification, R. M. Rilke's polysemantic and poetic world of nature acquires different colours. Epithets allow the German poet to show the subject of the image from an unexpected perspective and find new features in it.