



Наукові перспективи
Видавнича група



ВІСНИК науки та
освіти
ISSN 2786-6165 (online)



Bulletin of Science and Education

№ 5(47) 2026

Видавнича група «Наукові перспективи»
Християнська академія педагогічних наук України

«Вісник науки та освіти»

№ 5(47) 2026

Київ – 2026

Publishing Group «Scientific Perspectives»

Christian Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine

"Bulletin of Science and Education"

№ 5(47) 2026

Kyiv – 2026

ISSN 2786-6165 Online

УДК 001.32:1 /3/(477)(02)

Ідентифікатор медіа R40-05847

DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2026-5\(47\)](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2026-5(47))

«Вісник науки та освіти»: журнал. 2026. № 5(47) 2026. С. 6300

Рекомендовано до видавництва Всеукраїнською Асамблеєю докторів наук з державного управління
(Рішення від 01.06.2026, № 1/6-26)



*Згідно наказу Міністерства освіти і науки України 10.10.2022
№ 894 журналу присвоєні категорії "Б" із історії та
археології (спеціальність - 032 Історія та археологія) та
педагогіки (спеціальність - 011 Освітні, педагогічні науки)*

*Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від
23.12.2022 № 1166 журналу присвоєна категорія Б з філології
(спеціальність - 035 філологія)*

Журнал видається за підтримки Інституту філософії та соціології Національної академії наук Азербайджану, Всеукраїнської асоціації педагогів і психологів з духовно-морального виховання та Всеукраїнської асамблеї докторів наук з державного управління

Журнал публікує наукові розвідки з теоретичних та прикладних аспектів гуманітарних наук та мистецтва

Цільова аудиторія: вчені, лінгвісти, літературознавці, перекладачі, мистецтвознавці, культурознавці, педагоги, соціологи, історики, археологи, а також, інші фахівці з різних сфер життєдіяльності суспільства, де знаходить застосування тематика наукового журналу



Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus (IC), Research Bible, міжнародної пошукової системи Google Scholar



Головний редактор: Котельницький Назар Анатолійович – член-кореспондент Української Академії Наук, кандидат історичних наук, доцент кафедри мовної підготовки та міжкультурних комунікацій, ЗВО Університет трансформації майбутнього (Україна)

Редакційна колегія:

- ✓ **Азарова Лариса Євстахіївна** - докт.філол.наук, професор, завідувач кафедри мовознавства Вінницького національного технічного університету (Україна)
- ✓ **Берест Ігор Романович** - доктор історичних наук, професор кафедри медійних технологій, інформаційної та книжкової справи, Національного університету «Львівська політехніка» (Україна)
- ✓ **Беррі, Стівен** доктор історичних наук, професор, професор епохи Громадянської війни Коледжу мистецтв і наук Франкліна Університету Джорджії (США)
- ✓ **Вукілова Катерина Володимирівна** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри романо-германської філології та перекладу Білоцерківського національного аграрного університету (Біла Церква, Україна), доцент Дніпровського відділення центру наукових досліджень та викладання іноземних мов Національної академії наук України, Дніпро, Україна (Україна)
- ✓ **Гурко Олена Василівна** - доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри англійської мови для нефілологічних спеціальностей Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара, (Дніпро, Україна)
- ✓ **Заур Алієв** доктор філософії з історії науки, доктор філософії з політичних наук, доцент, доцент Інституту філософії та соціології НАНА, Азербайджан (Азербайджан)
- ✓ **Р. Ахмад Закі Ель Ісламі**, доцент, професор, доктор філософії, Департамент наукової освіти, Факультет підготовки вчителів та освіти, Університет Султана Агенга Тіртаяса, (Індонезія)

- ✓ **Робак Ігор Юрійович** - доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри суспільних наук Харківського національного медичного університету (Україна)
- ✓ **Рубан Микола Юрійович** - доктор філософії з історії та археології, член правління Луганського обласного об'єднання ВУТ "Просвіта" імені Тараса Шевченка, голова правління громадської організації "Фонд відновлення залізничної спадщини України" (Україна)
- ✓ **Сайд М. Ісмаїл** доктор наук, професор, професор кафедри англійської мови, Коледж природничих наук і гуманітарних наук, Університет принца Саттама бін Абдулазіза, Аль-Хардж (Саудівська Аравія)
- ✓ **Синявська Олена Олександрівна** - кандидат історичних наук, доцент, доцент Одеського національного університету імені І. І. Мечникова (Україна)
- ✓ **Січкаренко Галина Геннадіївна** - доктор історичних наук, доцент, професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності Державного університету телекомунікацій (Україна)
- ✓ **Скляр Ірина Олександрівна** - кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української філології, доцент кафедри світової літератури Горлівського інституту іноземних мов ДВНЗ Донбаський Державний педагогічний університет, постдокторант (Україна)
- ✓ **Супрун Володимир Миколайович** – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри журналістики та українознавства Національного університету водного господарства та природокористування (Україна)
- ✓ **Хитровська Юлія Валентинівна** - доктор історичних наук, професор, професор кафедри історії факультету соціології і права Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (Україна)
- ✓ **Юган Наталія Леонідівна** – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри літературознавства, східної філології і перекладу Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, практичний психолог у закладах освіти, член Центру українсько-європейського наукового співробітництва, Української асоціації когнітивної лінгвістики та поетики, Міжнародної федерації арт-терапії та самореалізації особистості (Україна)

Статті розміщені в авторській редакції. Відповідальність за зміст та орфографію поданих матеріалів несуть автори.

- Баняс В.В., Лізак К.М.** 560
ВИКОРИСТАННЯ ХУДОЖНЬОГО ФІЛЬМУ ЯК ОСНОВИ РОЗМОВНОГО СЕМІНАРУ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ (Аналіз заняття на матеріалі кінострічки Heretic)
- Баняс В.В., Лізак К.М.** 569
ТРАНСФОРМАЦІЯ СТАНДАРТНОГО КУРСУ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ РІВНЯ B2 У ТВОРЧУ ОСВІТНЮ СИСТЕМУ: ДОСВІД ПРОГРАМИ VERBA
- Барабаш С.М.** 578
МОТИВ БОЛЮ У РОМАНІ-ФЕНТЕЗІ ВІТАЛІЯ КЛИМЧУКА «РУТЕНІЯ»
- Баранік К.П.** 590
ОСНОВНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ КИТАЙСЬКИХ ЧЕН ЮЙ, ЯК НАЙПОШИРЕНІШОГО ВИДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ В КИТАЙСЬКІЙ МОВІ
- Бачинська Г.В.** 602
ЛІНГВІСТИЧНА АКСІОЛОГІЯ В СИСТЕМІ МОВОЗНАВЧИХ НАУК
- Белінська І.Д.** 615
ПОЕТИЧНІ МІНІ ЦИКЛИ У ЗБІРЦІ «ПІСНІ ДОСВІДУ» ВІЛЬЯМА БЛЕЙКА ТА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ
- Бойчук М.І., Якимчук Н.В., Притолюк С.А.** 625
ВІДТВОРЕННЯ ГЕНДЕРНО МАРКОВАНОЇ ЛЕКСИКИ В ПЕРЕКЛАДІ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ
- Бондур Ю.В.** 637
МУЛЬТИМОДАЛЬНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЕМОЦІЙ У АНІМАЦІЙНОМУ КІНОДИСКУРСІ (на матеріалі мультфільмів «Думками навиворіт»)
- Боримська О.І.** 651
ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ МАРКЕРИ ТОКСИЧНОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ СОЦІОМЕРЕЖЕВОМУ ДИСКУРСІ: КОРПУСНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

УДК 811.111:811.161.2]'255.4'42'38:305

[https://doi.org/10.52058/2786-6165-2026-5\(47\)-625-636](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2026-5(47)-625-636)

Бойчук Мар'яна Ігорівна доцент кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, Тернопіль, <https://orcid.org/0000-0001-5117-8712>

Якимчук Надія Вікторівна асистент кафедри лінгвістики та перекладу факультету іноземних мов Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, <https://orcid.org/0009-0001-4807-2017>

Притолук Світлана Аркадіївна кандидат філологічних наук, доцент кафедри німецької філології та методики навчання німецької мови Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, <https://orcid.org/0000-0002-9245-4477>

ВІДТВОРЕННЯ ГЕНДЕРНО МАРКОВАНОЇ ЛЕКСИКИ В ПЕРЕКЛАДІ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Анотація. У статті доведено, що гендерні стереотипи в сучасному суспільстві зазнають значних змін. Відчутна трансформація стосується, зокрема, стереотипів, пов'язаних із фемінністю. Традиційно жінкам приписувалися якості ласкавості, пасивності та залежності. Однак сучасний образ жінки, сформований, наприклад, в дискурсі глянцевого журналістики, презентується інакше: вона постає як розумна, енергійна та ініціативна особистість, що включає риси, традиційно асоційовані з маскулінністю. Аналогічну трансформацію зазнає й стереотип маскулінності. Аналіз текстів українськомовних та англійськомовних глянцевого журналістики демонструє, що формування гендерно маркованих мовних одиниць у рамках сучасних моделей маскулінності та фемінності здебільшого продовжує відтворювати традиційні гендерні уявлення в українському соціокультурному контексті. Водночас презентоване в даній роботі дослідження вказує лише на окремі тенденції у визначеній проблематиці та потребує подальшого детального аналізу. Розглянуто гендерно марковані одиниці, представлені в номінативній системі мови. Одним із головних лінгвістичних прийомів, зафіксованих у дискурсі глянцевого видання, є використання гендерного маркера як відображення статевої приналежності у номінативній та семантичній структурах мови. Спираючись на думку вчених, гендерний



маркер можна визначити як сукупність засобів, що беруть участь у конструюванні гендеру в тексті. Ба більше, він позначає номінативну систему різних мов, яка апробує концепти «мужності» і «жіночності» не лише по-різному, але й зі специфічним значеннєвим навантаженням. Зроблено висновок, що українській та англійській мовах гендерний маркер реалізується через такі номінативні системи: іменники, субстантивовані прикметники, а також різноманітні словосполучення іменника з прикметником. Проаналізувавши корпус текстів з гендерно-маркованою лексикою, відзначено, що певні слова та фрази асоціюються з тією чи іншою статтю.

Ключові слова: гендер, гендерні стереотипи, публіцистичний дискурс, журналістський текст, стилістика, гендерно-маркована лексика.

Boichuk Mariana Ihorivna Associate Proffesor of the Department of English Philology and Methods of Teaching English, Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University Ternopil, ORCID ID: 0000-0001-5117-8712

Yakymchuk Nadiya Viktorivna Associate professor of the Department of Foreign Languages of Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Chernivtsi, <https://orcid.org/0009-0001-4807-2017>

Prytoliuk Svitlana PhD in Philology, Associate Professor of the Department of German Philology and German Language Teaching Methodology at Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University, <https://orcid.org/0000-0002-9245-4477>

REPRODUCTION OF GENDER-MARKED VOCABULA IN TRANSLATION OF PUBLICIST DISCOURSE

Abstract. The article proves that gender stereotypes in modern society are undergoing significant changes. A noticeable transformation concerns, in particular, stereotypes related to femininity. Traditionally, women were attributed the qualities of gentleness, passivity and dependence. However, the modern image of a woman, formed, for example, in the discourse of glossy magazines, is presented differently: she appears as an intelligent, energetic and proactive personality, which includes traits traditionally associated with masculinity. The stereotype of masculinity is also undergoing a similar transformation. An analysis of the texts of Ukrainian-language and English-language glossy magazines demonstrates that the formation of gender-marked language units within the

framework of modern models of masculinity and femininity for the most part continues to reproduce traditional gender representations in the Ukrainian socio-cultural context. At the same time, the research presented in this work indicates only individual trends in the identified issues and requires further detailed analysis. Gender-marked units presented in the nominative system of the language are considered. One of the main linguistic techniques recorded in the discourse of glossy publications is the use of a gender marker as a reflection of gender in the nominative and semantic structures of the language. Based on the opinion of scientists, a gender marker can be defined as a set of means that participate in the construction of gender in the text. Moreover, it denotes the nominative system of different languages, which approves the concepts of "masculinity" and "femininity" not only differently, but also with a specific semantic load. It is concluded that in Ukrainian and English the gender marker is implemented through the following nominative systems: nouns, substantivized adjectives, as well as various combinations of nouns with adjectives. After analyzing the corpus of texts with gender-marked vocabulary, it was noted that certain words and phrases are associated with one gender or another.

Keywords: gender, gender stereotypes, journalistic discourse, journalistic text, stylistics, gender-marked vocabulary.

Постановка проблеми. Актуальність дослідження обумовлена тим, що в другій половині ХХ століття наука приділяє особливу увагу дослідженню мови та статі, що дозволяє говорити про новий напрямок у мовознавстві – гендерну лінгвістику. Засобом масової інформації (ЗМІ) належить провідна роль процесі змін у соціально-культурних відносинах сучасного суспільства. При всьому різноманітті різних тематик як зарубіжних, і вітчизняних видань значна частина журнальних текстів як жанрів публіцистики представляє гендерно орієнтовані дискурсивні утворення, які визначають рольові позиції учасників спілкування. Особливе місце серед них займає глянсовий журнальний дискурс, що відображає рекламний, інформаційно-розважальний та освітній характер, а також представляє персональні судження під загальноприйняті норми. Автори зазначених журналів намагаються показати життя чоловіків та жінок у суспільстві з різних тематичних зон: зовнішність, стиль одягу; емоційна сторона та особливості норм поведінки; кар’єрне зростання; ставлення до шлюбу; дружба; сімейні стосунки; спосіб життя. Також, нарівні з поширенням гендерних досліджень у мовознавстві, популярність набуває дискурс як теоретичний статус. Багато вчених у своїх працях дають трактування даного поняття, яке зводиться до загального визначення дискурсу як «мова», «текст», «діалог», «стиль».



Мета дискурсу глянцевого журналу - формування у читача прагнення до образу і стилю, характерного для «гламурного» стилю життя. В Україні серед глянцевого журналу в категорії гендерних першими були жіночі, а дискурс чоловічого глянцевого виступав як наслідування жіночого. До мовного конструювання категорій гендерних ролей у дискурсі українських журналу, що мають конкретні цілі та завдання, відносяться лінгвістичні прийоми, що містять:

- найменування особи;
- ад'єктивну лексику;
- займенники;
- дієслівні форми;
- синтаксичні конструкції;
- уявлення про чоловічу та жіночу мову на лексичному та синтаксичному рівнях;
- використання семантичних категорій модальності та емотивності.

Глянцевий журнал став невід'ємною частиною сучасного життя, будучи ілюстрованим періодичним друкованим виданням високого поліграфічної якості та найрізноманітнішої тематики, так звані «гламурні» стандарти життя, де поняття «глянець» і «гламур» виступають як взаємозамінні. Тут отримують більш-менш повне уявлення про стиль життя тієї соціальної групи, до якої належать або хочуть належати їхні читачки, вибираючи її стиль життя, спосіб мислення, способи комунікації та мову.

Особливу роль у гляцевому журналі відіграє ілюстрація, візуальний код, що вибудовує систему символічних цінностей: естетичних, моральних, соціальних, гендерних та інших, присвячених найчастіше моді, покупкам, відпочинку, здоровому способу життя, кар'єрі, захопленням і відносинам, де можна дізнатися про найяскравіші та найцікавіші події світського життя, кінопрем'єри, модні покази, вручення премій у різних сферах – все те, що привертає увагу зірок, є цікавим, на думку творців, та аудиторії. Реклама є основним доходом таких журналу. Інформації, так чи інакше, є рекламним матеріалом, перетворюючи весь журнал у своєрідний рекламний каталог споживчих товарів, де вся рекламна продукція - це світ розкоші.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями підтверджено, що у суспільстві гендерні стереотипи змінюються. Змінився стереотип фемінності. Традиційно жінка має бути ласкавою, пасивною та залежною, а портрет, запропонований у гляцевих журналах, інший. Жінці треба бути розумною, енергійною, заповзятливою, тобто володіти чоловічими якостями. Змінився стереотип маскулінності. Традиційно до нього входили фізична сила, придушення ніжності, функціональне ставлення до жінки і одночасно нестримність у виразі гніву та пристрасті.



Інтелект цінується вище за фізичну силу, водночас допускається прояв душевної тонкощі. Внаслідок спільної трудової діяльності від ієрархічного співвідпорядкування до рівності, відбувається ламання традиційної статевої стратифікації, змінюються культурні стереотипи маскулінності-фемінності [1], [2]. Аналіз україномовного та англomовного дискурсу глянсових журналів показує, що конструювання гендерно маркованих одиниць сучасних моделей маскулінності та фемінності у номінативній системі мови відбиває традиційні тендерні уявлення українського суспільства. Дане дослідження лише намічає деякі тенденції у розглянутій проблемі. Надалі вони вимагають детальнішої розробки. Розглянемо докладніше гендерно-марковані одиниці у номінативній системі мови. Як основний лінгвістичний прийом у дискурсі глянсових журналів використовується гендерний маркер як відображення статі в номінативній та семантичній системах мови. За науковцями визначаємо гендерний маркер як «засоби, що беруть участь у конструюванні гендера в тексті», а також як «номінативну систему різних мов, яка неоднаково маніфестує концепти «мужність» і «жіночність» і надає їм неоднакове значення» [4]. В українській та англійській мовах гендерний маркер представляє такі номінативні системи: іменники, субстантивовані прикметники, словосполучення іменників із прикметниками [3].

Мета статті – дослідити особливості та стратегії відтворення гендерно маркованої лексики в англійсько-українському перекладі публіцистичного дискурсу.

Виклад основного матеріалу. Аналіз гендерної лексики у публіцистичному дискурсі може дати цінну інформацію про те, як мову використовують для посилення гендерних стереотипів. Однак для проведення такого аналізу необхідно скласти корпус релевантних текстів, що точно представляють мову, що використовується в публіцистичному дискурсі. У дослідженні буде розглянуто процес складання корпусу для аналізу гендерно-маркованої лексики у публіцистичному дискурсі, кроки, необхідні для складання репрезентативного корпусу, а також, безпосередньо, складання корпусу для подальшого перекладацького аналізу [1], [2].

Текстові одиниці з корпусу для аналізу гендерної лексики англomовних публіцистичних текстів, пов'язаних із косметикою, повинні відповідати ряду вимог, до яких відносимо:

- Релевантність: текстові одиниці повинні мати стосунок до досліджуваного питання дослідження, а це означає, що вони повинні містити гендерно-марковану лексику, що належить до публіцистичного дискурсу.
- Різноманітність: корпус повинен включати різноманітні текстові блоки.



- Узгодженість: текстові одиниці повинні відповідати мові та стилістичним особливостям публіцистики.
- Необхідний обсяг вибірки: корпус має включати достатній розмір вибірки текстових одиниць для результатів були репрезентативними та статистично значущими [5], [6].

Аналіз гендерно-маркованої лексики у публіцистичних текстах та стратегій їх перекладу або адаптації українською мовою важливий з кількох причин. По-перше, такий аналіз може дати уявлення про те, як гендерні стереотипи можуть зміцнитися за допомогою мови, і як можна використовувати мову для просування більш інклюзивного та рівноправного підходу.

По-друге, аналізуючи таку лексику та визначаючи ефективні стратегії перекладу або адаптації, можна сприяти просуванню міжкультурного взаєморозуміння та ефективної міжмовної комунікації. Зрештою, таке дослідження може розкрити складність використання мови в публіцистиці, і навіть те що, як мову формує соціальні і сприйняття [7], [8].

Важливо відзначити, що в цьому дослідженні за основу ми взяли класичну класифікацію перекладацьких трансформацій. Далі розберемо приклади з гендерно маркованою лексикою на кожен гендер.

(1) Our new leather production line is conducive to modern woman who wants to feel confident and radiant. /

(2) Наша нова лінія продуктів по догляду за шкірою ідеально підійде сучасній жінці, яка хоче почуватися впевненою та сяючою.

У цьому прикладі можна побачити три випадки використання гендерно- маркованої лексики. Розберемо кожен випадок, звертаючись до тлумачних словників. Кембриджський словник англійської (Cambridge Advanced Learner's Dictionary) дає таке визначення слову «modern» – «relating to the present time and not to the past» (що стосується теперішнього часу, а не минулого). У тлумачному словнику української можна знайти наступне визначення прикметника «сучасний»: «що стосується сьогодення, нашої ери».

Тут варто зазначити, що використання прикметника належить до зміни гендерного стереотипа. Говорячи конкретніше, зараз жінки стали очолювати великі компанії, як чоловіки, стають впевнені та мужні.

Наступне слово «confident»: англійський словник (далі АС) подає як: «certain about your ability to do things well»; український словник (далі УС): «впевнений – той, що не сумнівається у своїх силах, у своїх можливостях тощо». Останнє слово з цього прикладу, яке можна розглядати в рамках гендерно- маркованих одиниць, це «radiant».

АС: «showing that you are very happy»;

УС: «Наповнений радістю, щастям; що висловлює своїм виглядом цей стан».

Таким чином, можна зробити висновок, що в даному конкретному разі слова «confident» (впевнена), «modern woman» (сучасна жінка) та «radiant» (сяюча) мають гендерне маркування, оскільки вони пов'язані з якостями, які зазвичай асоціюються із жінками. Уся лексика була збережена під час перекладу і була передана дослівно.

Розберемо ще один текст, але з використанням чоловічих гендерних стереотипів:

(1) Our grooming essentials provide a complete and easy-to-use skincare routine for the modern man.

(2) Наші основні продукти для чоловічого догляду за собою надають повний і простий догляд шкіри для сучасного чоловіка.

АС: easy-to-use – straightforward and simple to use; skincare routine – the steps you take to care for your skin regularly; modern (див. приклад 1).

УС: простий - нескладний, неважкий, легко доступний для розуміння, виконання, дозволи тощо; догляд за шкірою – щоденна сукупність доглядових заходів, спрямованих на очищення, харчування, зволоження шкіри.

Означені два випадки представляють слово «easy-to-use» (простий) у контексті про догляд за собою, а також опущення слова «routine» в українському варіанті.

Використання слова «easy-to-use» (простий) припускає, що чоловіки не часто проводять будь-які процедури догляду за своєю шкірою, а значить процес використання косметичного засобу має бути простим у використанні. Українською мовою цей прикметник був перекладений за допомогою перекладацького прийому генералізації, оскільки «easy-to-use» (досл. простий у використанні) має більш конкретні відтінки значення на відміну від загального прикметника «простий».

Щодо слова «routine», яке було перекладено за допомогою прийому опущення при перекладі українською мовою, можна підтвердити стереотип про те, що чоловіки щоденно не використовують доглядові засоби для шкіри.

Останнє словосполучення «modern man» було перекладено буквально як «сучасний чоловік», тим самим перекладач зберіг і передав значення гендерно- маркованої лексики.

(1) Give your man gift of smooth and youthful-looking skin with our Men's grooming essentials.

(2) Подаруйте своєму чоловікові гладку і молоду шкіру з нашими основними продуктами для чоловічого догляду.



Проаналізуємо фразу «Give your man the gift» (досл. подаруйте своєму чоловікові подарунок). Тобто відбувається маніпуляція жіночою аудиторією чоловічої. Ця частина тексту вказує на стереотип про те, що жінці необхідно дбати про оточуючих, у тому числі брати на себе відповідальність за купівлю доглядових засобів для «свого чоловіка».

Ця фраза була перекладена за допомогою перекладацького прийому опущення, оскільки в українському варіанті було опущено слово «gift» з метою уникнення тавтології. Розберемо ще один випадок гендерно-маркованої лексики у даному прикладі.

АС: grooming – the practice of keeping a neat and tidy appearance.

УС: догляд - доглядати; обслуговування, турбота про будь-кого або чим-небудь.

У цьому випадку можна простежити перекладацьку трансформацію генералізації, оскільки в українського слова «догляд» немає дефініцій, що вказують на охайність або доглянуту зовнішність, як у випадку з англійське слово «grooming».

(3) Strong men choose Old Spice.

(4) Сильні чоловіки обирають Old Spice.

АС: Strong – a strong person or animal is physically powerful.

УС: сильний - той, хто володіє великою фізичною силою.

У цьому тексті зміцнюється стереотип у тому, що сильні чоловіки використовують продукцію Old Spice. Це означає, що використання Old Spice є символом мужності та сили, що може сподобатися деяким чоловікам, які цінують ці якості. Гендерний стереотип був повністю переданий українською мовою і перекладено дослівно.

(5) Strong enough for a man, made for a woman.

Тут можна побачити ще один приклад зі словом «strong», який перекладається як «сильний», що зміцнює стереотип про те, що жінки повинні використовувати продукти, спеціально розроблені для того, щоб вони відчували себе сильними, при цьому проводячи паралель з чоловіком як проявом міксу стереотипів у використанні прикметника «сильний».

З цього можна дійти невтішного висновку, що соціальна роль жінок змінюється у наше час, а гендерні стереотипи слабшають. Гендерно-маркована лексика була дослівно передана українською мовою.

(5) Indulge in our premium fragrances for women that exude sophistication and elegance.

(6) Пориньте в аромат наших преміум парфумів для жінок, які випромінюють вишуканість та елегантність.

Sophistication – having, revealing, або involving a great deal of worldly experience and knowledge of fashion and culture; elegance – the quality of being stylish or attractive in appearance or behaviour.

Вишуканість – це особлива елегантність манер, вміння звернути на себе увагу; елегантність - етико-естетична категорія, що виражає цивілізовану красу з консервативним відсиланням до класики XVIII-XIX століття.

З погляду гендерних стереотипів, цей текст зміцнює ідею про те, що жінки повинні цінувати вишуканість та елегантність при виборі свого особистого аромату. Використання фрази «for women» (для жінок) має на увазі, що продукт призначений тільки для жінок, що зміцнює стереотип про тому, що жінки є основними споживачами парфумерної продукції. Крім того, описи «вишуканості» та «елегантності» можна використати як посилення традиційних гендерних ролей, оскільки вони є якостями, які часто асоціюються з жіночністю і можуть використовуватися для обмеження жінок з певними соціальними очікуваннями.

(7) our shaving products are for people to provide pleasant and comfortable shave, leaving skin feeling soft and refreshed.

(8) Наші засоби для гоління чоловіків забезпечують гладке та комфортне гоління, роблячи шкіру м'якою та освіженою.

AC: comfortable – providing physical ease and relaxation; shave – to cut hair off your face or body; soft – not hard, and easy to press; refreshed – having regained strength or energy.

UC: комфортний – такий, який сприятливо відбивається на самопочутті, завдає приємного відчуття; гоління – один із способів видалення волосся чи депіляції; м'який - приємний на дотик; освіжений – оновлений.

Загалом дефініція всіх слів збігається, проте єдина невелика різниця полягає в тому, що англійське визначення підкреслює фізичну легкість та розслаблення, а українське визначення наголошує на приємних відчуттях від продукту. Що стосується гендерних стереотипів, ця зазначений текст зміцнює ідею про те, що гоління - чоловіче заняття і що чоловіки повинні віддавати перевагу фізичному комфорту та функціональності, а не естетики. Мова, яка використовується в проаналізованому тексті, проста та підкреслює практичні переваги продукту, такі як гладке і комфортне гоління, а не будь-яку розкіш чи задоволення. Це зміцнює стереотип про те, що чоловіки більше дбають про практичність та функціональність у своїх процедурах догляду за собою. Уся гендерно-маркована лексика була перекладена дослівно і повністю передана мовою перекладу.

(9) our grooming tools are designed for precision and performance, ensuring a perfectly groomed look every time.

(10) Наш інструментарій для чоловічого догляду створений для точності та продуктивності, завжди забезпечуючи ідеально доглянутий вигляд.



AC: precision – the quality of being very exact and accurate; performance – action or process performing a task or function.

УС: точність – ступінь істинної відповідності чому-небудь; продуктивність – показник, що характеризує результативність праці. У зазначеному випадку як англійські, так і українські визначення зосереджені на функціональних перевагах продукту, підкреслюючи точність та продуктивність. Зазначений текст зміцнює стереотип про те, що догляд за собою важливий для чоловіків, але тільки в тій мірі, як вони сприяють бездоганному професійному зовнішньому вигляду. Мова, що використовується в зазначеному тексті, підкреслює точність, продуктивність у процесі досягнення ідеального зовнішнього вигляду (perfectly groomed look).

У процесі перекладу всі складові гендерно-маркованої лексики були передані дослівно. Тут також слід дати декілька коментарів щодо таких перекладацьких трансформацій як опущення та додавання. В українській мові іменники, прикметники та дієслова мають певний рід на відміну від англійської мови. Іншими словами, родові закінчення додаються до прикметників та дієслів у процесі перекладу з англійської на українську. Крім того, відмінкові закінчення також можна розглядати у межах перекладацького прийому додавання. Однак слід відзначити, що в даному випадку при перекладі задіяні не стратегії перекладача, а особливості мовної системи. Це також стосується перекладацького прийому опущення, при якому ми можемо спостерігати відсутність артиклів та допоміжних дієслів у тексті перекладу. Тут також варто зазначити, що в українській мові немає таких понять у граматичному ладі як допоміжні дієслова та артиклі рівно в тією ж мірою, як в англійській відсутні родові та відмінкові закінчення.

Висновки. Таким чином, складання корпусу для подальшого дослідження гендерно-маркованої лексики у перекладацькому аспекті необхідне з декількох причин:

1. Розуміння використання гендерної мови: аналіз використання гендерної мови в публіцистичних текстах може дати уявлення про те, як гендерні стереотипи зберігаються та зміцнюються за допомогою мови.

2. Виявлення тенденцій та патернів. Складаючи корпус та аналізуючи дані, дослідники можуть виявити тенденції та патерни в гендерно-орієнтованому використанні мови, які можуть бути непомітними в окремих текстах.

3. Крос-культурний аналіз: перекладаючи англомовні тексти українською мовою та аналізуючи дані, можна порівнювати і протиставляти використання гендерної мови в різних культурних та мовних контекстах.

4. Боротьба з гендерною нерівністю: виявляючи та аналізуючи використання мови з урахуванням гендерних факторів у публіцистиці, можна внести деякі зусилля щодо вирішення проблеми гендерної нерівності та сприяти більш інклюзивному використанню мови.

Проаналізувавши корпус текстів з гендерно-маркованою лексикою, можна відзначити, що певні слова та фрази асоціюються з тією чи іншою статтю. Ці стереотипи можуть посилювати гендерні ролі та очікування, що може мати негативні наслідки для окремих осіб та суспільства в цілому. При перекладі обраних англomовних текстів практично вся знайдена гендерно-маркована лексика була відтворена українською мовою. Так перекладачам важливо усвідомлювати вплив цих проблем та намагатися використовувати гендерно-нейтральну мову, щоб уникнути зміцнення шкідливих стереотипів. Це може сприяти просуванню гендерної рівності та створення більш інклюзивного суспільства. Щодо передачі гендерно-маркованої лексики з англійської мови на українську, слід зазначити, що лексика передавалася чи дослівно (калькуванням), або з використанням інших перекладацьких трансформацій. У деяких випадках було відзначено поєднання відразу кількох перекладацьких трансформацій при перекладі однієї гендерно-маркованої лексичної одиниці.

Література

1. Bentsal O. I., Pasichnyk N. I. Pragmatics and typology of journalistic texts. Scientific progress: innovations, achievements and prospects. Proceedings of the 4th International scientific and practical conference. MDPC Publishing. Munich, Germany. 2023. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/iv-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-scientific-progress-innovations-achievements-and-prospects-9-11-01-2023-myunhen-nimechchina-arhiv/>.
2. Deacon T. W. The Symbolic Species : The Co-Evolution of Language and the Brain. New York : W. W. Norton, 1997. 527 p.
3. Diaz-Cintas J. New Trends in Audiovisual Translation / J. Diaz-Cintas. Frankfurt Lodge: Multilingual
4. Dordevic J., Stamenkovic D. The influence of monomodal and multimodal presentation on translation error recognition: an empirical approach // Perspective Studies in Translatology. 2020. № 29 (6).
5. Jewitt C., Bezemer J., O'Halloran K. Introducing Multimodality. L. - N. Y.: Routledge, 2016.
6. Kress G., Van Leeuwen T. Reading Images: The Grammar of Visual Design. 2nd ed. L.: Routledge, 2006.
7. Leibold A. The Translation of Humor ; Who Says it Can't Be Done. Meta : Translators' Journal. 1989. Vol. 34, № 1. P. 109-111.
8. Cosmopolitan : <https://www.cosmopolitan.com/>
9. Mens' Health Ukraine: https://www.facebook.com/MensHealthUkraine/?locale=uk_UA



References:

1. Bentsal O. I., Pasichnyk N. I. Pragmatics and typology of journalistic texts. Scientific progress: innovations, achievements and prospects. Proceedings of the 4th International scientific and practical conference. MDPC Publishing. Munich, Germany. 2023. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/iv-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-scientific-progress-innovations-achievements-and-prospects-9-11-01-2023-myunhen-nimechchina-arhiv/>.
2. Deacon T. W. The Symbolic Species : The Co-Evolution of Language and the Brain. New York : W. W. Norton, 1997. 527 p.
3. Diaz-Cintas J. New Trends in Audiovisual Translation / J. Diaz-Cintas. Frankfurt Lodge: Multilingual
4. Dordevic J., Stamenkovic D. The influence of monomodal and multimodal presentation on translation error recognition: an empirical approach // Perspective Studies in Translatology. 2020. № 29 (6).
5. Jewitt C., Bezemer J., O'Halloran K. Introducing Multimodality. L. - N. Y.: Routledge, 2016.
6. Kress G., Van Leeuwen T. Reading Images: The Grammar of Visual Design. 2nd ed. L.: Routledge, 2006.
7. Leibold A. The Translation of Humor ; Who Says it Can't Be Done. Meta : Translators' Journal. 1989. Vol. 34, № 1. P. 109-111.
8. Cosmopolitan : <https://www.cosmopolitan.com/>
9. Mens' Health Ukraine: https://www.facebook.com/MensHealthUkraine/?locale=uk_UA

Дата першого надходження статті до видання: 15.05.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 29.05.2026