

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-348-4-49>

GLOSSY MAGAZINES: ACTUALIZATION OF GENDER AND CULTURAL DIFFERENTIATION

АКТУАЛІЗАЦІЯ ГЕНДЕРНО-КУЛЬТУРНОЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ГЛЯНЦЕВИХ ВИДАНЬ

Sobolieva O. V. **Соболева О. В.**

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of
Romance Languages
Kyiv State Taras Shevchenko University
Kyiv, Ukraine*

*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри романських мов
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна*

Серед друкованих інформаційно-розважальних ЗМІ найбільшою популярністю користуються у сучасному світі видання для жінок. Саме з появою міжнародних глянцевиx видань в історії існування жіночого журналу відкрились нові перспективи та підходи до вивчення мовлення ЗМІ. Глянцеві видання набувають статусу особливого когнітивно-комунікативного феномену з фемінним акцентом.

Мовлення ЗМІ є активним провідником мовних нововведень, лінгвістичний аналіз яких дозволяє уявити сучасні процеси, що відбуваються в мові. На мовному рівні гендерні стереотипи розглядаються як системи знаків, які репрезентують уявлення щодо типового чоловіка або типової жінки при певній передбачуваності асоціативних зв'язків. Гендерні дослідження є невід'ємним атрибутом у будь-якій культурі та знаходять певну об'єктивність на різних рівнях мови (Д. Лакофф [2], А. Архангельська [1], Н. Сидоренко [3], М. Скорик [4], J. [8], Butler Л. Ставицька [5], Л. Таран [6], О. Тараненко [7], R. S. Jackendoff [9]).

Останнім часом жінки багато зробили у напрямку усунення гендерної асиметрії, завойовуючи провідні позиції у суспільстві та підкреслюючи свою фемінність. Знайомство з сучасними франкомовними глянцевиx журналами для жінок та їх рубриками дає підстави стверджувати що, відбиваючи тенденції суспільства, вони орієнтуються на такі основні концепти, як-от:

1) *догляд за собою (краса, здоров'я, спорт, косметика)*. Сфера косметики, візажу та догляду є активною сферою неологічного росту: *la folie Botox, expert lift, peeling, brusage, beach body* [12, с. 92]. На лексичному рівні у глянцевиx журналах виникають назви нових, суто жіночих видів спорту: *sensory pilates, danse workout, equithérapie, outboxe, yoga vinyasa, aquafitness, stomach vacuum, hypofitness* [12, с. 51].

2) *мода (модні новинки зі світових подій)*. Ці рубрики майоріють незвичними поєднаннями та англомовними запозиченнями: *se cocooper, la rayure banquier, la French touch, l'esprit boudoir si frenchy* [11, с. 64].

3) *успіх (кар'єра, професійне зростання)*. Останнім часом усе більше текстів присвячується жінкам, які активно проникають у суто чоловічу сферу діяльності, що вербально підкріплюється вживанням фемінітивів: *chefe multi-étoilée, lieutenant-colonelle, écrivaine, bâtisseuse* [12, с. 37], *historienne, parfumeuse* [12, с. 167], *ambassadrice* [11, с. 67], *masseuse, patronne, présidente, vigneronne, officière, policière* [10–14].

4) *дім (облаштування помешкання, кулінарія, дизайн)*. У зв'язку з посиленням зайнятості жінок в професійній діяльності, їх заклопотаність домашнім господарством відступає на задній план, тому виникає багато інноваційних лексем, які потім стають неологізмами. Наприклад, *"batch cooking"* [14, с. 3], новітній феномен заготовки необхідних продуктів для приготування певних страв на весь тиждень.

5) *кохання (подружнє життя, відносини між протилежними статями, родина)*. У цій рубриці порушуються гендерно-чутливі теми, а саме прояви насильства до жінок з боку їх партнерів чоловіків. Відбитком цього феномену стало виникнення неологізму *«féminicide»* (похідна лексема *"homicide"*) [12, с. 32]. На стилістичному рівні у глянцевих виданнях викриваються різномітні засоби, які мають фемініний акцент, а саме емоційно-забарвлену лексику. Спостерігається частотне вживання префіксів при утворенні емотивних епітетів або найвищого ступеня порівняння прикметників, що дозволяє автору краще сконструювати та передати реципієнту образ сучасної жінки: *archisplendide, ultrasensible* [11, с. 25], *superangoissée, une mère ultra-conventionnelle* [12, с. 41], *hyperfashion, l'hyper-blonde, l'ultra-brune* [13, с. 60], *la plus hitchcockienne des actrices* [14, с. 58].

Таким чином, франкомовні жіночі видання є особливим когнітивно-комунікативним феноменом, особливістю якого є актуалізація гендерної культурно-символічної диференціації. Сучасні засоби масової комунікації формують якісно нові норми спілкування, просувають жіночі і чоловічі ролі в медіа, не обмежуючи їх лише стереотипними уявленнями про традиційні уявлення чоловічої і жіночої поведінки, їх сфер діяльності та ролі у суспільстві.

Література:

1. Архангельська А.М. Чоловік у слов'янських мовах: монографія. Рівне: ПІС КСУ, 2007. 448 с.
2. Lakoff, G. Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind. Chicago: University of Chicago Press, 1990. 631 p.

3. Сидоренко Н. Гендерні детермінанти в інформаційній площині України. Філософсько- антропологічні студії, 2001: спецвипуск. Київ : Стилос, 2001. С. 197–209.
4. Скорик М. М. Українські мас-медіа: гендерний аспект. Проблеми освіти. К. : Науково- методичний центр вищої освіти, 2003. Вип. № 36. С. 134–153.
5. Ставицька Л. О. Мова і стаття. Критика, 2003. № 6. С. 29–34.
6. Таран Л. Гендерні проблеми і засоби масової інформації. Гендер і культура : зб. ст. / упоряд. В. Агеєва, С. Оксамитна. К. : Факт, 2001. С. 151–160.
7. Тараненко О.О. Андроцентризм у системі мовних координат і сучасний гендерний рух: монографія. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2021. 112 с.
8. Butler J. Gender trouble: Feminism and the Subversion of Identity. New York: Routledge, Routledge, Chapman & Hall, Inc. New York-London, 1990. 172p.
9. Jackendoff R. Foundation of language: brain, meaning, grammar, evolution. New York Oxford University Press, 2003. 498 p.

Джерела ілюстративного матеріалу:

10. *Biba* № 515, juillet, 2023.
11. *Cosmopolite* № 592, août 2023.
12. *Elle* №№ 4042, 4043, 4052, 4049, juin – août 2023.
13. *Marie-Claire* № 852, septembre 2023.
14. *Régal* № 115, septembre-octobre 2023.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-348-4-50>

INTERCULTURAL COMMUNICATION IN TRANSLATION

МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ В ПЕРЕКЛАДІ

Storozhuk O. Yu.

*Lecturer at the Department of Legal
Linguistics
National Academy of Internal Affairs
Kyiv, Ukraine*

Сторожук О. Ю.

*викладач кафедри правничої лінгвістики
Національна академія внутрішніх справ
м. Київ, Україна*

Міжкультурна комунікація – це процес обміну інформацією та взаємодії між особами з різних культур. Вона включає в себе передачу інформації, ідей, цінностей та норм поведінки між людьми з різних