**ІГНАТЕНКО Т.М.**

libelle7740@gmail.com

***ст. викл. кафедри романо-германських мов***

*Національна академія Служби безпеки України*

*м. Київ, Україна*

**ПАВЛИЧКО О.О.**

[pavlychko@gmail.com](mailto:pavlychko@gmail.com)

***кандидат філологічних наук, доцент***

***доцент кафедри германської філології та перекладу***

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

*м. Київ, Україна*

**ЖЕЛУДЕНКО М.О.**

[maryna.zheludenko@ukr.net](mailto:Maryna.zheludenko@ukr.net)

***кандидат педагогічних наук, доцент***

***доцент кафедри іноземної філології***

*Національний авіаційний університет*

*м. Київ, Україна*

**Особливості гендерної експресивності на матеріалі німецькомовних журналів «Der Spiegel» та „Brigitte“**

Усі теми, які хвилюють суспільство на різних рівнях – від побуту до політики віддзеркалюються у мові. Мова – це своєрідний індикатор домінуючих тенденцій у суспільстві. До таких тем відноситься тема гендерності.

Ця тема є відносно новою, актуальною для лінгвістики, проте недостатньо вивченою. Гендерними дослідженнями займаються такі вітчизняні мовознавці: І.В. Коваленко, О. Л. Бєссонова, Г. Ю. Богданович, Л. М. Сінєльнікова, О. М. Холод, А. Г. Шиліна та ін.

Предметом нашого дослідження є гендерна специфіка мовної реалізації категорії експресивності. Практичною базою дослідження є журнали «*Der Spiegel*» та «*Brigitte*», як одні з найавторитетніших та найпопулярніших в Німеччині.

Для аналізу були обрані рубрики «Політика» та «Економіка» журналу «*Der Spiegel*» та рубрика «Наука» та «Суспільство» журналу «*Brigitte*». В результаті проведеного аналізу ми дійшли висновків, що чоловіча емоційність проявляється в емотивних номінаціях стихійних лих та їх політичних та економічних наслідках для нації, в той час як жіноча – у навичках емпатії, співчуття до учасників подій, у вмінні помічати деталі й розшифровувати їх. Експресивність інформаційного тексту створюється також позитивною або негативною оцінкою різних аспектів події (її наслідки і контекст, учасники і їх дії). Наприклад, автори-жінки насамперед виражають оцінку події за допомогою:

– найвищого ступеня порівняння (*es war die größte Katastrophe in der Welt, der stärkste Orkan, die erschreckendsten nuklearen Explosionen in den USA*);

– оціночних прикметників (*gefürchteter Orkan, verheerendes Erdbeben, katastrophales Hochwasser*).

Гендерна специфіка створення образності авторами-жінками визначається особливостями асоціативного мислення, в основі якого знаходяться антропоцентричні сутності у жінок та артефактні – у чоловіків. Так, зруйновані землетрусом міста з бетонними дахами, які впали на дітей, автори-чоловіки порівнюють з надгробними плитами ([*das Dach wurde vom Sturm abgedeckt*](http://www.multitran.ru/c/m.exe?t=175920_3_2) *wie Grabplatten auf Kinder)*, місто, яке охопило стихійне лихо – з проклятим Богом місцем (*Das sieht so aus wie Gott verfluchte diesen Ort*), руїни, що залишились від повалених дерев – з археологічними розкопками (*Die Ruinen haben im Schnee wie archäologische Ausgrabungen ausgesehen*). В авторів-жінок затоплене місто асоціюється з великим старим чоловіком, полишеним помирати (*Wie ein alter Mann gelassen zu sterben, ist die überflutete Stadt*), зруйнований торнадо курорт порівнюється з привидом (*der mit einem Tornado zerstörte Badeort wurde wie ein Gespenst*).

Якісний склад тропів обох журналів теж відрізняється. Метафори та порівняння у *Brigitte* є несподіванішими, аніж у *Der Spiegel* , що можна пояснити більшою авторською свободою або зробити висновок, що це є більш характерним для фемінного стилю.

Окрім того, чоловіки часто використовують термінологічну лексику і легко оперують новими словами, що сприймається як виклик читачеві: «*Und hier sagte der würdige Lew Rubinstein: der Leiter offizieller Ideologie sind die Hochglanzmagazine. Sagen wir, heute steht an der Stelle der großen Ideen Konsumismus und die Magazine beschäftigen sich nur damit, dass sie das Glück mit dem Sachbesitz identifizieren und zur Konzentration auf Lebensgüter aufrufen.*» – Жіноча мова на відміну від чоловічої меншою мірою сповнена неологізмами та термінами: вони застосовуються лише в тих випадках, коли без них неможливо описати яке-небудь явище: «*Dank dem hohen Gehalt an Flavonoiden (antioxidative Verbindungen) hat Bitterschokolade eine positive Einwirkung auf das kardiovaskuläre System. Die Tatsache besteht darin, dass die Flavonoiden freie Radikale neutralisieren und mit der Alterung kämpfen.*»

Чоловічий стереотип поведінки передбачає, що чоловік має приховувати від оточуючих за маскою іронії та цинізму свої емоції та почуття якомога старанніше [4]: «*Als die Bekanntheit mit den Eltern hinterging, scheint der Abschied beschämend und schwierig. Schließlich ist sie noch das Beste! Und die Tatsache, dass du ein intimes Verhältnis schon im Laufe von einer Woche vermeidest, ist Stressergebnis. Natürlich will niemand ein Schurke sein aber eines Tages musst du anerkennen, dass sich die Verhältnisse totliefen, und das Mädchen verlassen. Nicht dieses, so das nächste. Deswegen ist es besser dieses Mädchen (Was ist, wenn das nächste gut sein wird?)*». Подібні тексти зовсім не притаманні жіночому журналу.

Дослідження специфіки змістового аспекту статей журналів дозволило нам встановити, що у чоловічих статтях переважають політичні, економічні, юридичні та наукові терміни. Натомість автори-жінки переважно висвітлюють особисті і соціальні проблеми постраждалих і жертв надзвичайних подій. Однак нівелювання маскулінних та фемінних відмінностей проявляється у тому, що поруч із соціальними аспектами події журналісти-жінки часто висвітлюють економічні, політичні і соціальні наслідки стихійних лих, криз, але в межах окремої соціальної групи або особистості. Слід наголосити, що змістовий аспект висвітлення події визначений психологічними особливостями сприйняття дійсності чоловіками та жінками. Варто зазначити, що емоційна участь авторів-жінок у події опису пояснює високий рейтинг інформації про різні наслідки стихійного лиха, її реалізацію за допомогою цитування свідків надзвичайної ситуації, які у подробицях описують свої відчуття, переживання, в той час як автори-чоловіки цитують переважно офіційних осіб, констатують дати, імена, цифри, розрахунки (подають прецизійну інформацію).

**ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА**

1. [Ван Дейк, Т.А.](http://catalog.turgenev.ru/opac/index.php?url=/auteurs/view/14194/source:default) Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. Ван Дейк. – М. : А/О "Издат. группа "Прогресс", 1989 . – 312 с.

2. Кирилина А.В. Гендерная ассиметрия в языке / А. В. Кирилина [Електронний ресурс] // Женщина Плюс. – Режим доступу : <http://www.owl.ru/win/womplus/2003/01_05/htm>l.

3. Кирилина А.В. Лингвистические гендерные исследования / А.В. Кирилина, М.В. Томская [Електронний ресурс] // Журнальный зал. – Режим доступу: <http://magazines.russ.ru/oz/2005/2/2005/_2_7.html>.

4. Höppner Kirsten. Frauensprache – Männersprache. Fiktion oder Realität? [Електронний ресурс] Dissertation im Rahmen des Promotionsverfahrens im Fachbereich 3 (Sprach-, Literatur- und Medienwissenschaften) / Kirsten Höppner – Universität Siegen, 2003 – Режим доступу: http://dokumentix.ub.uni-siegen.de/opus/volltexte/2006/37/pdf/hoeppner.pdf