

ВПЛИВ АНГЛІЦИЗМІВ НА РОЗВИТОК НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

THE IMPACT OF ANGLICISMS ON THE DEVELOPMENT OF GERMAN LANGUAGES

Паничок Т.Я.,

orcid.org/0000-0002-1635-5709

кандидат педагогічних наук, доцент,

*доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнського національного університету*

Кузів М.З.,

orcid.org/0000-0001-5283-9957

кандидат педагогічних наук, доцент,

*доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнського національного університету*

Запозичення слів завжди пов'язане з певними соціальними змінами. Англійська мова є мовою спілкування міжнародної спільноти, тому всі мови у світі зазнають її впливу. Це також стосується німецької мови, яка відчуває значний вплив англійської мови. Англіцизми спокійно співіснують з німецькими словами і заповнюють прогалини, які не можуть бути заповнені за допомогою німецької мови. Вони доповнюють німецьку мову і використовуються для вираження нових ідей та концепцій, які не мають еквівалентів у німецькій мові. Таким чином, англіцизми стають частиною сучасної молодіжної мови і допомагають зберегти її актуальність і сучасність. У цій статті досліджується вплив англійських запозичень на сучасну молодіжну мову в Німеччині та проаналізовано причини, що впливають на поширення англіцизмів у мові молоді, включаючи популярність англомовної культури та зручність використання англійських слів та виразів. Молодіжна мова або молодіжна комунікація – це спосіб спілкування або лінгвістична модель, яку багато груп молодих людей використовують або використовували в різний час, в різних і за різних умов. Останнім часом ця мова швидко розвивається, і кожна вікова група молоді має своє власне мовлення. У статті досліджується вплив англійських запозичень на сучасну німецьку молодіжну мову та обговорюється поширення англійських запозичень у засобах масової інформації, а також їхній вплив на німецьку мову та культуру та причини поширення англіцизмів у молодіжній мові. Автори аналізують типи англіцизмів, а також їхні особливості у вживанні та написанні, обговорюють позитивні та негативні наслідки впливу англійської мови на німецьку мову, включаючи зміну структури мови, збільшення лексичних одиниць та вплив на культурну ідентичність. У статті також розглядаються різні способи адаптації та інтеграції запозичень, а також роль, яку вони відіграють у формуванні мови молоді в Німеччині. Загалом, стаття висвітлює складний взаємозв'язок між англійськими запозиченнями та німецькою молодіжною мовою, а також їхнє значення в сучасному німецькому суспільстві. Стаття корисна для тих, хто цікавиться мовою та мовними процесами, а також для тих, хто працює з німецькою мовою, особливо з молодіжною аудиторією.

Ключові слова: запозичення, мовне середовище, молодіжна німецька мова, сленг, неологізми, іншомовні слова.

The adoption of words is always associated with certain social changes. English is the language of communication of the international community, so all languages in the world are influenced by it. This also applies to German, which is heavily influenced by English. Anglicisms coexist peacefully with German words and fill in the gaps that cannot be filled by German. They complement German and are used to express new ideas and concepts that have no equivalents in German. Thus, anglicisms become part of the modern German youth language and help to keep it relevant and up-to-date. This article explores the impact of English language borrowings on contemporary youth language in Germany and analyses the reasons that influence the spread of Anglicisms in the language of young people, including the popularity of English-speaking culture and the ease of use of English words and expressions. Youth language or youth communication is a way of communicating or a linguistic model that many groups of young people use or have used at different times, in different ways and under different conditions. Recently, this language has been developing rapidly, and each age group of young people has its own language. The article explores the influence of English borrowings on contemporary German youth speech and discusses the spread of English borrowings in the media, as well as their impact on German language and culture and the reasons for the spread of Anglicisms in youth speech. The authors analyze the types of Anglicisms, as well as their usage and spelling, and discuss the positive and negative effects of English influence on German, including changes in language structure, an increase in lexical items, and an impact on cultural identity. The article also looks at the different ways in which borrowings are adapted and integrated, and the role they play in shaping the language of young people in Germany. Overall, the article highlights the complex relationship between English loanwords and German youth language, as well as their significance in contemporary German society. The article is useful for those interested in language and language processes, as well as for those who work with the German language, especially with the youth audience.

Key words: borrowings, language environment, youth German, slang, neologisms, foreign words.

Постановка проблеми. Німецька мова, подібно до інших мов, протягом свого історичного розвитку зазнала впливу різних культурних та модних тенденцій. Кількість англійських слів, які використовуються в німецькій мові, зростає з року в рік. Така тенденція спостерігається не тільки в Німеччині, але й у всій Європі та за її межами.

Наукове дослідження запозичання слів з англійської мови в інші мови існує вже декілька століть і здобуло актуальність у останні кілька десятиліть. З 50-х років XX століття англійська мова регулярно використовується у міжнародній комунікації, на конференціях, церемоніях тощо, і це може бути пов'язано з престижем та впливом англомовних країн. Тому зросла зацікавленість в гарному знанні англійської мови, і вона стала першою іноземною мовою в школах та університетах [12, с. 165]. Англіцизми найчастіше виявляються на лексичному рівні і розрізняються між позичанням слів, лексичними перекладами, лексичними новотвореннями та псевдо-англіцизмами. У деяких контекстах з'являється безліч англійських слів. Щоб приховати це збільшення використання англіцизмів та псевдо-англіцизмів в німецькій мові, було використано термін «Denglisch» (Deutsch + Englisch) [5]. Одним з тих напрямків, де багато «Denglisch» слів, є молодіжна мова та молодіжна преса.

Деякі мовці свідомо вибирають англіцизми і використовують їх з великою пристрасстю, тоді як інші відкидають їх і борються проти них. Однак дуже складно уникнути англіцизмів, оскільки вони охоплюють безліч сфер. Більшість іншомовних слів потрапляє в німецьку мовну спільноту саме з засобів масової інформації. Найчастішою причиною їх використання вважається те, що текст газети має бути різноманітним, актуальним та цікавим. Англіцизми відрізняються своєю помітністю та образністю та можуть слугувати ефективним засобом підсилення виразності. Крім того, вони є засобом гри слів.

Досить часто використовуються англіцизми у таких галузях як економіка, політика, наука та техніка, мистецтво та культура, спорт. До сьогодні існує багато термінів, які не мають відповідників у німецькій мові – Joint Venture, Know-how, Marketing і т.д. Запозичення слів завжди пов'язані з певними соціальними змінами, такими як, наприклад, військовий конфлікт, торгівельні відносини, загальний науковий розвиток і т.д. У всьому світі мови будь-якого виду впливають англійською мовою, оскільки англійська мова залишається комунікаційною мовою для людей,

які говорять різними мовами, і англійська мова завжди розглядається як світова мова [9, с. 114].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Молодіжна мова має велике значення для вивчення англіцизмів, оскільки ця група використовує найбільше англійські слова та вирази як у говорі, так і в письмовій мові. Тему використання англіцизмів у молодіжній німецькій мові досліджують вчені з різних галузей, таких як лінгвістика, соціолінгвістика, культурологія та комунікації. Юлія Ніколащенко досліджує англомовні запозичення в сленгі німецької молоді та зазначає, що тинейджери є найбільш активними користувачами англіцизмів у своїй мові [1, с. 495]. Такі відомі науковці як Бернд Шлер, Юрген Шрадер, Роберт Петцольда, Ян-Мартін Вайнрейб та Рената Херс вивчають як використання англіцизмів в молодіжній німецькій мові впливає на культурну та соціальну ідентичність молоді, а також на мовленнєву практику в Німеччині.

Актуальність дослідження англіцизмів у молодіжній німецькій мові полягає в тому, що в сучасному світі англійська мова має великий вплив на мову і культуру інших країн. У молодіжній мові, зокрема, спостерігається значна кількість англіцизмів, що використовуються як в усній, так і в писемній мові. Дослідження лексико-семантичних особливостей англіцизмів допомагає краще зрозуміти процеси мовної взаємодії та культурного впливу між країнами, а також сприяє розвитку наукового підходу до вивчення мови та лінгвістики. Крім того, дослідження англіцизмів у молодіжній мові має практичне значення для викладачів та перекладачів, які працюють з молоддю, а також для розвитку їх мовленнєвої культури.

Постановка завдання. Метою роботи є аналіз лексико-семантичних особливостей англомовних запозичень, які вживаються в молодіжній німецькій мові.

Об'єктом дослідження є самі англомовні запозичення в молодіжній німецькій мові, а *предметом* дослідження є їх лексико-семантичні особливості.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні неможливо уявити німецьку мову молоді без англійських слів-запозичень. Тут замінюються німецькі слова не лише в трьох основних частини мови – іменник, прикметник та дієслово, але також в інтер'єкціях та частках мови. Дуже популярними є також привітання, вітання та слогани англійською мовою. Підлітки часто живуть у двох світах, які формуються з одного боку батьками, а з іншого боку ровесниками. Ці два світи можуть

суттєво вплинути на мову підлітків. Залежно від того, з ким підлітки спілкуються, вони переходять з однієї мовної системи на іншу. Інший фактор полягає в тому, що зараз не тільки підлітки в Німеччині використовують цей тип мовлення, але й люди, які не вважаються підлітками. Питання лише в тому, чому саме ця вікова група в Німеччині також говорить молодіжною мовою. Ймовірно, це має психологічно-соціальне пояснення, більшість хочуть проявляти молодість, просто бути молодими в очах інших, вживаючи таку лексику [4, с. 225].

У цьому сенсі німецька мова також сильно попадає під вплив англійської мови, англіцизми мирно співіснують з німецькими словами, вони заповнюють прогалини, які німецька мова не може заповнити. «Job», «Steak» менші за інші німецькі слова і тому не можуть бути видалені з німецької мови, але в наш час почали вживатись такі слова-монстри, як, наприклад, «public viewing», «no-go-area» або «brainstorming». Через глобалізацію стає все важливіше, щоб люди розмовляли на спільній мові. Англійська мова є ідеальним варіантом, оскільки вона найбільше вживається, зокрема у сфері торгівлі, медіа і т.д.

Це демонструє існуючий тренд, що медіа, особливо реклама, мають великий вплив на мову молоді в Німеччині. Зі зростанням матеріалізму та добробуту, молодих людей розглядають як покупців різних товарів і намагаються продати їм різні продукти. Реклама зараз є скрізь: у щоденному телевізійному програмі, у журналах, в Інтернеті тощо. Цього явища не можна зупинити, хочемо ми цього чи ні. Там, де дорослі, як правило, ретельно обмірковують, чи їм дійсно потрібний певний товар, у молоді відбувається часто так, що вони купують щось, що перевищує їхній бюджет, і в кінці кінців, можливо, навіть не потрібно. І ці корпорації безжалісно цим користуються.

Згідно з лексиконом Германна Емана «Voll Konkret», структурні форми включають зміни значень (schrill), розширення значень (cool, supporten), звуження значень (Looser, tricky), зміни слів (grips), нові словоутворення (problemon, abprickeln), створення нових слів (мусорити, сваритися) або звукові запозичення (abcoolen, konnäckten), дієслівне утворення від іменників (müllen, zoffen) або запозичення з іноземних мов (Supporter) та перебільшення (Superbirne) [11, с. 67].

Англійські слова інтегруються в німецьку граматичну систему. Дієслова утворюються, де англійські дієслова отримують інфінітивний

суфікс. Утворені дієслова можуть бути розширені афіксами, такими як «-n» (stretchen, abpowern). Те ж саме стосується і іменників. На відміну від цього, прикметники, що закінчуються на «-ig», можуть походити як від англійських еквівалентів на «-y», так і від іменників, наприклад: rorrig або speedig. В атрибутивній функції введені німецькі прикметники використовуються рівноцінно зі словом, до якого вони відносяться, наприклад, «eine coole Sache» або «eine geschwichte Äußerung». Деякі англіцизми використовуються в молодіжному жаргоні замість відповідних німецьких слів, таких як das ist cool (англ. cool – крутий) замість das ist toll (нім. toll – класний), або der Typ (англ. type – тип) замість der Kerl (нім. Kerl – хлопець) [9, с. 115].

Таким чином, англійські слова та вирази стали не тільки складовою молодіжної мови, але й важливим елементом німецької мови загалом, відображаючи вплив глобалізації та культурного обміну.

Використання англіцизмів в усній та писемній мові. В німецькій мові іменники, запозичені з англійської мови, часто зберігають свою початкову орфографію. Наприклад, слова «Computer», «Internet», «Sport» пишуться в німецькій мові з тією ж самою орфографією, як і в англійській мові.

Однак, якщо іменник займає стійке місце в німецькій мові і використовується на щоденній основі, його можна писати з великої літери. Наприклад, слова «Handy» (мобільний телефон), «Job» (робота), «Meeting» (зустріч) часто пишуться з великої літери в німецькій мові.

Використання великої літери сигналізує про те, що ці іменники вже є складовими частинами німецької мови і мають своє місце в її словнику. Таким чином, можна зробити висновок, що німецька мова піддається впливу англійської мови, але водночас активно адаптує запозичення до своєї власної орфографії та граматики.

Наступні приклади показують, як пишуть англіцизми іменники в німецькій мові:

– Буква «с» в англійській мові часто замінюється на букву «k» в німецькій мові, наприклад, Kamp, Klipp, Cockpit, Musikal, Kamera.

– Група «sh» часто замінюється на «sch», наприклад, Schocken, Schocker, schricken.

– Англійські -p, -t пишуться в німецькій мові як -pp, -tt, наприклад, Tripp, Slipp, Klipp.

Крім того, у писемній молодіжній мові можна знайти скорочення та аббревіатури, які також є запозиченнями з англійської мови. Наприклад, «LOL» означає «сміх через слізи» або «дуже

смійно» («*laugh out loud*»), а «*OMG*» означає «боже мій» («*oh my God*»).

Англійські запозичення також мають вплив на фонетику німецької молодіжної мови. Наприклад, при вимові деяких англійських слів німецька молодь може зберігати англійську транскрипцію. Крім того, іноді в англійських запозиченнях зберігаються англійські звуки, які не існують у німецькій мові. Наприклад, слово «*joggen*» (бігати) вимовляється звуком [dʒ], який в німецькій мові не існує.

Також використання англійських запозичень може впливати на інтонування і ритм мовлення. Наприклад, слово «*cool*» вживається в німецькій молодіжній мові з відтінком згоди або підтримки, і його вимовляють з наголосом на другий склад.

Зараз існує велика кількість англіцизмів, які повністю інтегровані в німецьку звукову систему. Звуки, які не властиві німецькій мові, замінюються на схожі за звучання німецькі звуки при повторному вживанні, особливо коли німці намагаються вимовляти англійські слова англійською, але не завжди успішно, оскільки не мають відповідних знань англійської мови. Вимова може залежати від віку, знань англійської мови та статі.

Важливим фактором є походження запозичень, а також, звичайно, значення окремих слів. Деякі слова можуть мати індоєвропейське або латинське походження, але їхні сучасні варіанти могли виникнути в англійській мові. Це може призвести до того, що одне і те ж слово може мати різні значення в англійській та німецькій мовах. Значення окремих слів також має велике значення. Деякі англійські слова вживаються в німецькій мові без змін, тоді як інші можуть мати відмінні від оригінальних значення або вживатися в специфічному контексті. Наприклад, слово «*Handy*» у німецькій мові означає «мобільний телефон», хоча в англійській мові «*handy*» має значення «зручний» або «практичний». Такі відмінності можуть призвести до непорозумінь у спілкуванні між носіями різних мов.

Використання англіцизмів у молодіжній німецькій мові на прикладі молодіжного журналу «Bravo». Німецький молодіжний журнал «Bravo» вважається одним з найбільш відомих та популярних видань серед молоді в Німеччині. Використання англіцизмів у цьому журналі стало об'єктом дослідження для багатьох лінгвістів. У ньому використовуються значно більше англійських слів та виразів, ніж у традиційних німецьких виданнях. Це свідчить про те, що молодь у Німеччині активно використовує англійські

слова та фрази в повсякденному житті, а це впливає на молодіжну мову в цілому.

Аналіз англіцизмів у «Bravo» дозволяє також виявити певні тенденції в їх використанні. Наприклад, часто вживаються слова, що мають відношення до музики, кіно та інших аспектів поп-культури. Також можна помітити, що деякі англійські слова та вирази перейшли в німецьку мову та стали вживатися як стандартні терміни. Наприклад, слово «Stars» походить з англійської та означає «зірки». Крім того, всі рубрики в цьому журналі мають англійську назву. Ці назви включають: Stars, Style, Life, Buzz, Job та Community. Наприклад, у рубриці Style можна знайти: Fashion, Styling-Tipps, Pflege, Style-Test, Girl! Mode, Girl! Beauty, Bravo Lookbook. Для англійського слова «Fashion» насправді немає відповідного слова у німецькій мові, яке насправді використовується. Ми маємо слова «*Zeiterscheinung*» та «*Zeitgeschmack*», але їх ніхто не використовує. Далі, «Styling-Tipps» - обидва слова походять з англійської мови, слово «*Tipps*» є словом англійського походження, яке означає «порада», але воно розглядається як слово, яке належить німецькій мові, тому деякі люди говорять, що це гібридне слово. Слово «*Pflege*» є єдиним німецьким словом тут. У складному слові «*Style-Test*» знову маємо англіцизм. Слово «*Style*» вже пояснювалося, а слово «*Test*» походить зі старофранцузької мови, але у сучасну німецьку мову воно потрапило з англійської мови, тому це гібридне слово, яке включає компоненти з принаймні двох різних мов. Слово «*Mode*» походить з французької мови, але «*Girl*» та «*Beauty*» - це чисто англійські слова. У випадку з «*Lookbook*» маємо справу з англословним складнопохідним словом, де «*look*» означає «вигляд» або «подивитися», а слово «*book*» перекладається як «книга». Також, у випадку з «*Life*» ми маємо підзаголовок «*Fotolovestory*», що є гібридним словом. «*Story*» є англійською запозиченою мовною одиницею для «історія», а слово «*Foto*» складене з англійського слова «*photogenic*», що означає «створений світлом», а французьке «*héliographie*» перекладається як «світлопрозорість». «*Psychotest*», «*Trends*» і «*Job*» також є дуже частими англіцизмами в «Bravo». «*Trend(s)*» пояснюється як «розвиток або тенденція, яку можна спостерігати на протязі певного періоду часу та яку можна статистично оцінити», оскільки у німецькій мові немає аналога для цього слова, воно є запозиченим. Воно утворює множину за англословним морфемою множини -s. Також термін «*Karriere machen*» є типовою англійською формулюванням, яке застосовується

тут. Дієслово «Chatten» походить з англійської мови і має німецькі синоніми – слова «балакати» та «розмовляти». Цікаво, що вираз бере на себе німецьку морфологію і отримує суфікс -en, який позначає дієслова в інфінітиві. Цікаве складне слово «Internet-Тур». Воно складається зі слова «Інтернет», яке утворюється з компонентів inter- = між, поміж та network (у значенні «група між собою пов'язаних мереж»), а також зі слова «тип», яке має латинське походження і означає «характер» або «тип». Вираз «Web» є скороченою формою від «World Wide Web», де перший компонент означає всесвітній, а другий – мережу. Він не має правильних німецьких синонімів, оскільки слово є неологізмом або новинкою [8, с. 11]. Ще один неологізм англійського походження – «Smartphone». Це термін для нового типу мобільного телефону, де «smart» в англійській мові означає розумний, а «phone» – телефон. «Duden-online» пояснює термін «Smartphone» як «мобільний телефон з екраном сенсорного керування та додатковими функціями, такими як GPS та можливість завантаження додатків» (Mobiltelefon mit Touchscreen und zusätzlichen Funktionen wie GPS und der Möglichkeit, Apps darauf zu installieren) [6]. Аббревіатура «PC» означає англійський термін «Personal Computer», а «Duden-online» пояснює його як «стаціонарний, потужний комп'ютер для широкого спектру застосувань у приватному та комерційному секторі» (stationärer, leistungsfähiger Computer für vielfältige Anwendungen im privaten und gewerblichen Bereich) [6]. Англійський термін-запозичення «Hobby» також часто використовується серед підлітків, але його історичне походження не визначене. В німецькій мові це слово використовується в значенні «заняття на дозвіллі». Ще один цікавий англійський термін-запозичення – «der Chiller». Це нове англійське утворення для німецького «ледаря». Це утворення було сформоване з неофіційного дієслова «chillen» = «ледарювати», «розслаблятися» і вперше з'явилося в правописному словнику в 2004 році.

Молодіжна мова відрізняється передусім креативним, інноваційним та гнучким став-

ленням до мови. Її головними ознаками є тому її варіативність та змінюваність. У цій роботі показано та пояснено, як медіа, особливо журнали для молоді, впливають на молодіжний сленг. Було встановлено, що однією з основних ознак молодіжної мови є використання англіцизмів. Молодіжна преса служить стилізації та поширенню стандартизованої загальнодержавної молодіжної мови. Однією з найважливіших функцій використання молодіжної мови, а також англіцизмів у медіа, є реклама. Ці журнали мають передусім комерційну мету, тому повинні ідентифікуватися зі своєю аудиторією якомога більше. З іншого боку, молодь бере це як приклад та приймає використану мову, що збагачує їх словниковий запас численними сучасними словами. Так утворюється загальнодержавна молодіжна мова, яка може бути порівняна з денглішем. Це стається через глобалізацію, а також через зростаючу потужність та вплив англійських країн. «Bravo», найвідоміший та найпопулярніший журнал для молоді в Німеччині, був використаний як корпус для лінгвістичного аналізу. Найбільш очевидною молодіжною відмінністю в цьому журналі є лексикон, тобто замість «старомодних» німецьких виразів використовуються сучасні англійські вирази: «У лексиконі завжди відбуваються найшвидші, але й найповерхневіші процеси мовної зміни – він історично відносно нестійкий» [3, с. 220].

Висновки. У загальному, англійські запозичення в писемній німецькій молодіжній мові свідчать про вплив глобалізації та культурного обміну між країнами. Сучасний світ, зокрема його технологічні та медіаційні аспекти, відображають точність та лаконічності в мові. Зокрема, англійська мова є відомою своєю простотою виразу, що робить її бажаною для використання в різних ситуаціях. Подальшого дослідження потребує вивчення можливостей та ризиків використання англійських слів та виразів у німецькій мові, а також використання англіцизмів у соціальних мережах та інших цифрових медіа, яке зумовлене розвитком нових технологій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ніколащенко Юлія. Англійські запозичення в слензі німецької молоді. Молодий вчений. – 2018 – № 5. – С. 494–496.
2. Німецька мова. Вікіпедія вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Німецька_мова
3. Bravo. Hamburg. Heinrich Bauer Verlag. URL: <https://www.bravo.de/>
4. Buschmann, Matthias. Zur «Jugendsprache» in der Werbung. In: Muttersprache. Vierteljahresschrift für deutsche Sprache 104 (1994), Heft 3, S. 219–231.
5. Denglich. Вікіпедія вільна енциклопедія. URL: <http://de.wikipedia.org/wiki/Denglich>
6. Duden. Cornelsen Verlag GmbH. URL: <https://www.duden.de/>

7. Jörges, Claudia: *Anglizismen in der Jugendsprache*. München, GRIN Verlag, 2015. URL: <http://www.grin.com/de/e-book/108943/anglizismen-in-der-jugendsprache>
8. Čapo, Teodora: *Anglizismen in der deutschen Jugendzeitschrift «Bravo»* Osijek, 2015. 20 St.
9. Cheikh, M-S. (2015). *Jugendsprache in Deutschland: Entwicklung oder Zerfall der deutschen Sprache*. *Revue Traduction et Langues* 14(2), 2015. St.: 113–117.
10. Chun, Markus *Jugendsprache in den Medien*. AV Akademikerverlag, 2012. 352 St.
11. Ehmann, Hermann *Voll konkret. Das neueste Lexikon der Jugendsprache*, Beck'sche Reihe; Bd. 1406, München, 2001. 159 St.
12. Talanga, Tomislav: *Einführung in die Geschichte der deutschen Sprache*. Osijek: Filozofski fakultet, 2006. 204 St.

UDC 811.111

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.27.3.14>

LANGUAGE REPRESENTATION OF WOMEN'S APPEARANCE IN MEDIA DISCOURSE

МОВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЗОВНІШНОСТІ ЖІНОК У МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Petiy N.V.,

*orcid.org/0000-0002-3999-0932**Senior teacher at the Department of English Philology
Uzhhorod National University*

The portrayal of women in the media has always been a topic of debate. However, an overlooked issue is the use of specific terms to classify women based on their physical appearance. This article highlights the problematic nature of using certain lexemes in media discourse to categorize women based on their physical appearance. The language used in media discourse reflects and reinforces societal norms and values, and therefore plays a significant role in shaping our perceptions of gender roles and expectations.

The use of objectifying and stereotypical language to describe women not only perpetuates gender-based violence and discrimination, but also reinforces the idea that women's worth is based solely on their physical appearance, perpetuating unrealistic beauty standards that can have damaging effects on women's self-esteem and mental health.

By calling attention to the harmful language used in media discourse, the article aims to encourage a more nuanced and respectful portrayal of women, one that values them for who they are as individuals, rather than their outer features. This requires media outlets to be mindful of the language they use when describing women and to avoid perpetuating harmful stereotypes and objectifying language that reinforces damaging gender norms.

The article highlights the importance of language in shaping our perceptions of gender and calls for a more inclusive and respectful portrayal of women in media discourse. By challenging harmful lexemes and promoting more nuanced language use, we can help create a society that values women for their individuality and achievements, rather than their physical appearance.

The article summarizes that the choice of particular words to refer to women reflects the cultural and social norms of a community. The group of terms that indicate physical characteristics illustrates how women are frequently evaluated and grouped based on their age, body weight, and looks. This strengthens the societal pressure for women to fit into a restricted model of attractiveness, which sustains damaging body image standards.

Key words: media discourse, gender, designation, female, appearance, gender stereotype.

Зображення жінок у засобах масової інформації завжди було предметом дискусій. Однак поза увагою залишається використання окремих лексичних одиниць для позначення жінок за їхнім зовнішнім виглядом. Ця стаття присвячена проблематиці використання низки лексем у медійному дискурсі для позначення жінок за їхнім зовнішнім виглядом. Мова, яка використовується в медійному дискурсі, відображає та закріплює суспільні норми та цінності, а отже, відіграє значну роль у формуванні наших уявлень про ґендерні ролі та очікування.

Використання стереотипної та упередженої мови для опису жінок не лише закріплює ґендерне насильство та дискримінацію, але й посилює уявлення про те, що цінність жінки визначається виключно її зовнішнім виглядом, підтримуючи нереалістичні стандарти краси, які можуть мати руйнівний вплив на самооцінку та психічне здоров'я жінок.

Привертаючи увагу до використання ґендерно-упередженої лексики в медійному дискурсі, ця стаття має на меті спонукати до більш виваженого та шанобливого зображення жінок, яке б враховувало їхні особистісні якості, а не зовнішні ознаки. Це вимагає від ЗМІ бути свідомими щодо мови, яку вони використовують, описуючи жінок, і уникати закріплення шкідливих стереотипів та об'єктивації мови, яка посилює деструктивні ґендерні норми.