

Грицьона С., асп.,
Институт філології КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

**"АДРЕСАТНОСТЬ – АДРЕСАНТНОСТЬ"
В РАННЕБАРОККОВЫХ ПАНЕГИРИКАХ КОНЦА XVI –
ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ XVII ВВ.**

В статье проанализирована категория "адресатность – адресантность" в раннебарокковых текстах художественного стиля конца XVI – начала XVII вв., в частности панегириках; раскрыты закономерности использования номинаций панегирических адресатов и адресантов с позиций социального статуса личности, самоидентификации, этикетности.

Ключевые слова: адресат, адресант, староукраинский литературный язык, барокко, панегирик.

S.Grytsyna, postgraduate student,
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

**"ADDRESSEE – ADDRESSER" IN THE EARLY BAROQUE
PANEGYRICS THE END OF THE XVI – THE FIRST HALF OF THE
XVII CENTURY**

The article is devoted to analysis of the category "addressee – addresser" in the early baroque texts of the artistic style of the end of the XVI – the first half of the XVII century, especially in panegyrics; revealed patterns of use nominations panegyric recipients and senders from the standpoint of social status of the persons, self-identity, etiquette.

Key words: addressee, addresser, the old-Ukrainian literary language of the end of the XVI – the first half of the XVII century, baroque, panegyrics.

УДК 81'42=111

Данильченко І. В., асп.,
Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя

**ЛЕКСИКА НАЛЕЖНОСТІ В АНГЛОМОВНОМУ
ЖУРНАЛЬНОМУ ДИСКУРСІ: ҐЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ**

У статті розкрито вплив ґендера журналіста на вживання лексичних засобів, що апелюють до потреби у належності, яка полягає у входженні людини в різні соціальні утворення – сім'ю, колектив тощо. Встановлено,

що журналісти-чоловіки віддають перевагу лексичним одиницям на позначення професійної і національної належності, а жінки акцентують увагу на гендерному і родинному аспектах.

Ключові слова: англomовний журнальний дискурс, мовна особистість журналіста, гендер, потреба в належності, лексичні одиниці.

Провідним чинником формування журнального дискурсу є мовна особистість репортера як сукупність його здібностей і параметрів, що визначають спосіб опредметнення дійсності засобами мови. У цьому руслі вжиті лексичні одиниці відбивають особистий погляд автора, виступаючи знаряддям інтерпретації дійсності [Martin 2005, 16]. Однією з характеристик мовної особистості журналіста є гендер, що впливає на актуалізацію потреб, які зумовлюють мовленнєву поведінку автора і збігаються з потребами адресата – фізіологічних, безпеки, належності, репутації й самоактуалізації, когнітивних та естетичних [Маслоу 2008, 60-72]. Потреби вербалізуються в текстах за допомогою лексичних одиниць відповідної семантики.

Метою цієї статті є виявлення впливу гендера репортерів на специфіку вживання лексичних засобів, що апелюють до потреби в належності, однієї з найбільш часто вербалізованих в англomовному журнальному дискурсі. **Матеріалом** дослідження слугують 2066 лексичних одиниць на позначення гендерної, родинної, професійної і національної належності, які домінують у статтях журналістів протилежних статей. Ці одиниці виокремлені методом суцільної вибірки з 90 статей журналу *Newsweek* за 2005-2012 роки, 45 із яких написані журналістами-чоловіками і 45 – жінками. У дослідженні використовуються **методи** компонентного й контекстного аналізу для виявлення семантики номінативних одиниць та кількісного аналізу для встановлення частотності вживання лексичних одиниць різного значення.

Потреба у належності до суспільних груп, яка полягає у входженні людини в різні соціальні утворення – сім'ю, колектив, клас, клан тощо [Маслоу 2008, 87], вербалізується в журнальному дискурсі лексикою на позначення гендерних, родинних, професійних і національних характеристик учасників подій. Різний досвід переживання відчуття належності до груп у чоловіків і жінок [Маслоу 2008, 89] зумовлює вибір журналістами протилежних статей лексичних одиниць із різною семантикою.

Репортери-чоловіки віддають перевагу одиницям на позначення професійної й національної характеристик особи, а жінки акцентують увагу на гендерній та родинній належності.

У статтях журналістів-жінок удвічі переважає лексика на позначення **гендерної** належності учасників подій, відображеної одиницями *man, woman, boy, girl, male, female*: 166 вживань на противагу 84 у матеріалах журналістів-чоловіків. Із-поміж лексики цієї групи жінки віддають перевагу одиницям на позначення осіб жіночої статі, а чоловіки акцентують увагу на особах чоловічої статі. Це пояснюється тим, що людина в першу чергу зосереджується на тих рисах, які їй ближчі. У статтях, написаних чоловіками, виявлено 33 вживання іменника *man* і 15 – *woman*, дев'ять разів зустрічається іменник *boy* і сім – *girl*, вісім уживань налічує слово *gentleman* і чотири – *lady*, а також чотири рази зафіксована одиниця *male* і двічі – *female*. У статтях, написаних жінками, виявлено 58 уживань іменника *woman* і 31 використання *man*, 34 рази зустрічається слово *girl* і 25 – *boy*. Незначну кількість уживань налічують іменники *lady* (сім уживань) і *gentleman* (три випадки), *female* (п'ять уживань) і *male* (два випадки), а також один раз зустрічається застаріла лексична одиниця *maiden*.

У статтях журналістів-жінок майже втричі переважають лексичні засоби, що апелюють до потреби в **належності до родини**: 294 рази зустрічаються одиниці на позначення сім'ї в цілому (*family*), її окремих членів (*parents*), стосунків між ними (*marriage, parenting*), їхніх помешкань (*home, household*) на противагу 106 випадкам уживання цих слів у матеріалах чоловіків. Переважання цих номінацій у статтях журналістів-жінок свідчить про їх зосередженість на вирішенні завдань, пов'язаних із їх роллю матері, дружини, бабусі, доньки, результатом розв'язання яких є наявність у жінок більш вираженого почуття близькості на противагу самотності [Еріксон 1996, 57].

Гендерні особливості у вживанні одиниць цієї групи виявляються, зокрема, у виборі лексики на позначення близьких і далеких родичів. Хоча і чоловіки, й жінки віддають перевагу номінаціям чоловіка і дружини (*husband, wife*), батьків і дітей (*parents, children*), братів і сестер (*brother, sister*), тобто найближчих членів родини, напр., *Fukuyama's mother was born in Kyoto* [Newsweek 18.04.2011], однак різниця у частотності вживання номінацій близьких і більш далеких родичів (*aunt, nephew, niece, cousin, father-in-law, uncle, sibling, orphan, grandparents* і *grandchildren, grandfather, grandkid, grandson* та інші)

помітніша в текстах чоловіків, ніж жінок. Так, у проаналізованих статтях чоловіків номінації близьких родичів зустрічаються 61 раз, а слова, що іменують далеких родичів, – лише дев'ять разів. У статтях жінок 168 вживань налічують номінації чоловіка й дружини, батьків і дітей, братів і сестер і 43 рази зустрічаються одиниці на позначення інших родичів, напр., *"I didn't learn until after my unt died that doctors had questioned whether the drugs might be a 'Miracle Gro' for cancer," says her nephew, Orestes Brown, who took her to every doctor's appointment* [Newsweek 08.11.2011]. Більше різноманіття лексики на позначення сімейних зв'язків у статтях жінок свідчить про важливість для них ширших родинних стосунків.

У статтях, написаних жінками, у чотири рази переважають іменники на позначення дитини: 77 вживань на протигагу 19 у матеріалах чоловіків, що пов'язано з виконанням жінкою ролі матері. На відміну від чоловіків, у статтях яких зустрічаються найтипівіші лексичні одиниці *child* (вісім уживань) і *kid* (шість уживань) та незначна кількість іменників *son* (три вживання), *daughter* (одне вживання) і *baby* (одне вживання), у матеріалах жінок представлено ширше різноманіття номінацій дитини. Так, у статтях журналістів-жінок 28 разів зустрічається іменник *child*, 20 разів зафіксоване слово *baby*, 8 – *kid*, 7 разів вживається слово *son* і 6 разів – *daughter*. Крім того, виявлено по два вживання іменників *infant* та *offspring* і по одному разу зустрічаються одиниці *moppet*, *toddler*, *brat*, *stepchildren*. У наступному реченні поряд із нейтральним іменником *child* репортерка вживає пестливу одиницю *moppet* "крихітка": *The pioneering genetics company deCODE and the child-development lab at the University of California, Davis, would seem to have little in common, given that the latter is full of adorable moppets who can barely walk and the former is run by a towering geneticist, Kari Stefansson, who always reminds me of a Viking* [Newsweek 07.12.2009]. Аналогічна тенденція виявлена у вживанні іменників на позначення батьківських ролей, напр., *father*, *mother*, які вдвічі переважають у статтях журналістів-жінок: 72 рази на протигагу 40 випадкам у матеріалах чоловіків.

Однаковою у статтях журналістів обох статей є частота вживання лексики на позначення ролей чоловіка і дружини. Виявлено 24 вживання іменників *husband*, *wife*, *spouse*, *ex-wife* та *widow* у статтях чоловіків і 28 – у матеріалах жінок. Відсутність відмінностей у вживанні цієї лексики зумовлена тим, що чоловіки і жінки однаковою мірою переживають почуття відповідальності за сім'ю.

Належність до *професійних груп* найчастіше ідентифікують журналісти-чоловіки: у їх статтях виявлено 361 випадок вживання номінативних одиниць на позначення представників різних професій, напр., *lawyer, computer programmer*, на противагу 274 випадкам у матеріалах жінок. Переважання цієї лексики у статтях чоловіків свідчить про їх включення до різних сфер суспільного життя.

Зображаючи представників різних професій, чоловіки удвічі частіше вживають номінативні одиниці на позначення осіб у сферах управління (*politician*) і права (*lawyer*) та економіки (*economist*) й матеріального виробництва (*worker, miner*). У сферах управління і права у статтях чоловіків 46 разів зустрічаються одиниці на позначення юристів на відміну від 21 у жінок і 19 разів уживається іменник *politician* на противагу дев'яти у матеріалах репортерок, що свідчить про значну увагу чоловіків до управління державою та соціально-політичних процесів. У сфері економіки й виробництва іменник *economist* зустрічається у статтях чоловіків 14 разів на противагу шести у матеріалах жінок, що свідчить про залучення чоловіків до планування й керівництва фінансово-господарською діяльністю. Увага журналістів чоловічої статі до економічної сфери пояснює також переважання у їхніх статтях лексики на позначення бізнесменів і менеджерів. Зокрема, виявлено 32 вживання одиниць *businessman, entrepreneur, manager* на противагу 17 в матеріалах жінок: *Turkey has twice Egypt's GDP per capita, and Turkish businessmen (and women) are all over the world* [Newsweek 28.02.2011]. У галузі матеріального виробництва виявлено 42 вживання іменників *worker, builder, miner, machinist* тощо у статтях чоловіків і 18 – у матеріалах жінок. Це зумовлено залученням чоловіків до діяльності щодо створення й перетворення матеріальних об'єктів.

Найменше у статтях авторів-чоловіків виявлено номінацій діячів соціальної галузі: культури і мистецтва (*art director*), лікарів (*doctor*), учителів (*teacher*) та персоналу зі сфери послуг (*cashier, broker*). Названі номінативні одиниці переважають у матеріалах жінок. Так, кількість іменника *doctor* та інших найменувань лікарів становить у статтях жінок 59 випадків, а у чоловіків – вісім, лексичні одиниці на позначення вчителів, (*teacher, instructor, tutor, lecturer*) зафіксовані у статтях репортерів-жінок 20 разів на противагу восьми вживанням у чоловіків, а одиниці на позначення діячів культури і мистецтва (*musician*) зустрічаються 49 разів у жінок на відміну від 20 у чоловіків.

Із незначною розбіжністю у статтях жінок переважають номінативні одиниці на позначення персоналу, задіяного у сфері послуг: виявлено 22 номінації осіб у сфері торгівлі (*salesman*), транспорту (*driver, taxi driver, cabbie*), побутового обслуговування (*tailor, cashier*) тощо на протигагу 15 випадкам у матеріалах чоловіків. Незначні відмінності у вживанні цих одиниць зумовлені тим, що чоловіки й жінки однаковою мірою залучаються до сфери послуг.

Позначення чоловіками й жінками представників професій різняться рівнями категоризації: базовим і субординатним [Rosch 1976, 491]. На базовому рівні учасники подій співвідносяться з представниками певної професійної групи найбільш узагальнено, напр., *lawyer*, а на субординатному – конкретизуються окремі аспекти професійної діяльності, напр., *attorney, defense attorney, judge* тощо. Під час зображення юристів, бізнесменів, управлінців і робітників у сфері матеріального виробництва жінки здебільшого обирають базові номінації, а чоловіки – субординатні. Так, у статтях, написаних чоловіками, іменник *lawyer* зустрічається 17 разів, а субординатні терміни – 29, позначаючи адвокатів (*attorney, defense attorney, barrister, pleader, solicitor*), прокурорів (*prosecutor*), суддів (*judge*), слідчих (*investigator*), нотаріусів (*notary officer*), юрисконсультів (*counsel, legal consultant*), тоді як у матеріалах жінок номінація *lawyer* налічує 13 вживань, а одиниці субординатного рівня – вісім. Наприклад, у наступному реченні поряд із базовим іменником *lawyer*, який найбільш узагальнено називає людину, що професійно займається юридичною діяльністю, журналіст-чоловік вживає субординатні номінації *federal judges* та *interrogators*, що акцентують окремі аспекти юридичної діяльності, як-то підготовка кримінальної справи до розгляду в суді та винесення рішення: *Lacking proper guidance, federal judges have been making up the rules as they go along. When the underwear bomber, Umar Farouk Abdulmutallab, was arrested, he was granted a lawyer after 30 hours and stopped talking. But there needs to be some kind of system that would allow interrogators to question a terror suspect captured inside the United States for a period of time – say two weeks – before he is put in the criminal justice system and "lawyered up"* [Newsweek 18.01.2010].

Під час позначення лікарів, вчителів і діячів культури спостерігається протилежна тенденція, відповідно до якої чоловіки віддають перевагу базовим номінаціям, а жінки – субординатним. Так, називаючи лікарів, журналісти-жінки поряд із базовим

іменником *doctor*, який зустрічається в їхніх статтях 32 рази, іменують медпрацівників субординатними термінами, диференціюючи особливості їх діяльності (27 вживань), напр., *physician*, *oncologist*. У наступному реченні журналіст-жінка називає лікаря, який надає допомогу пацієнтові в період його лікування в медичній організації, за допомогою лексичної одиниці *primary-care physician*, що співвідноситься із субординатним рівнем категоризації: *But we're already in the land of waiting weeks for an appointment, thanks to a shortage of primary-care physicians that will only get worse: astonishingly, only 2 percent of medical students are entering primary-care internal medicine* [Newsweek 24.08.2009].

Однаковою у статтях журналістів-чоловіків і жінок є частота вживання лексики на позначення спеціалістів у сфері науки і комунікацій. Так, іменники на позначення науковців (*scientist*) і дослідників (*researcher*) зустрічаються 52 рази у статтях чоловіків і 56 – у матеріалах жінок, а лексичні засоби, що іменують фахівців у сфері соціальних комунікацій (*reporter*, *PR manager*), зафіксовані 29 разів у статтях чоловіків і 24 в матеріалах жінок. Гендерні відмінності у вживанні названих одиниць полягають у переважанні базових номінацій у статтях чоловіків і субординатних у матеріалах жінок. Зображуючи спеціалістів у сфері науки, чоловіки-автори обмежуються переважно базовими іменниками *scientist*, *researcher* і *scholar*, які зустрічаються 28 раз у їх статтях (субординатних – 24), а жінки, окрім цих одиниць (21 вживання), конкретизують спеціалізації дослідників, які налічують у статтях жінок 35 вживань, напр., *neuroscientist*, *neurobiologist*, *linguist*, *historian*, *astronomer*, *anthropologist*, *physicist*, *bioengineer*, *sociologist*, *biologist* та інші. Пояснюючи вплив Інтернету на мислення людей, у наступному прикладі авторка називає різних науковців субординатними термінами: нейробіологів (*neuroscientist*), когнітивних психологів (*cognitive psychologist*), філологів (*communication scholar*), психологів (*psychologist*), фізиків (*physicist*) та істориків науки (*science historian*), напр., *"The Internet hasn't changed the way we think," argues neuroscientist Joshua Greene of Harvard [...] Cognitive psychologist Steven Pinker of Harvard is also skeptical [...] Communication scholar Howard Rheingold believes the Internet fosters "shallowness, credulity, distraction" [...] The ubiquity of information makes us less likely to pursue new lines of thought before turning to the Internet, writes psychologist Mihaly CSikszentmihalyi of Claremont Graduate University [...] Because facts are a click away, writes physicist Haim Harari, "the Internet allows us to know fewer facts reducing their importance as a component" of thought [...]* Science historian George

Dyson believes the Internet's flood of information has altered the process of creativity: what once required "collecting all available fragments of information to assemble a framework of knowledge" now requires "removing or ignoring unnecessary information to reveal the shape of knowledge hidden within" [Newsweek 18.01.2010].

Із незначною розбіжністю у статтях чоловіків переважають лексичні одиниці на позначення **національної** належності (*European*): виявлено 207 уживань одиниць на позначення представників різних національних спільнот на противагу 186 використанням цих засобів у статтях жінок. До цієї групи зараховуємо іменники-етноніми на позначення осіб, які мешкають у певному місті (*New Yorker*), країні (*Briton*) чи регіоні (*European, Asian*), іменники на позначення осіб, що належать до однієї нації (*American, Irish*), а також утворені від топонімів відносні прикметники, напр., *British*. Переважання у статтях авторів протилежних статей певних конкретних етнономінацій не виявлено, що свідчить про усвідомлення власної належності до етносу та відмінностей представників різних націй як у чоловіків, так і у жінок, а частіше вживання названих номінативних одиниць чоловіками свідчить про їхню відносно більшу увагу до національного аспекту належності.

Лексичні засоби на позначення інших видів належності, як-то расова (*black, white, colored*), релігійна (*Christian, Muslim*) чи сексуальних меншин (*gay, lesbian*), не виявляють відмінностей у вживанні, оскільки представлені однаково мало у статтях журналістів обох статей.

Отже, вживання лексичних одиниць, що апелюють до потреби у належності, виявляє залежність від гендера журналістів. Різний досвід переживання відчуття належності до певних груп у чоловіків і жінок зумовлює вибір репортерами обох статей лексичних одиниць із різною семантикою належності. Журналістичоловіки віддають перевагу лексичним одиницям на позначення професійної і національної характеристик особи, а жінки акцентують увагу на гендерній та родинній належності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Маслоу А.* Мотивация и личность / А. Маслоу ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2008. – 352 с.
2. *Потапенко С. І.* Сучасний англомовний медіа-дискурс : лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти / С. І. Потапенко ; [монографія]. – Ніжин : Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. – 391 с.

3. Эриксон Э. Идентичность : юность и кризис / Э. Эриксон ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1996. – 264 с.
4. Martin J. R. The Language of Evaluation : Appraisal in English / J. R. Martin, P. R. R. White. – N. Y. : Palgrave Macmillan, 2005. – 272 p.
5. Rosch E. Structural basis of typicality effects / E. Rosch // Journal of Experimental Psychology : Human Perception and Performance. – 1976. – Vol. 2. – P. 491-502.

Стаття надійшла до редакції 17.10.2013.

Данильченко И.В., асп.,

Нежинский государственный университет имени Николая Гоголя

ЛЕКСИКА ПРИНАДЛЕЖНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЖУРНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ: ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ

В статье установлено влияние гендера журналиста на употребление лексических единиц, апеллирующих к потребности в принадлежности, которая заключается во вхождении человека в различные социальные образования – семью, коллектив и т.д. Выявлено, что журналисты-мужчины предпочитают лексические единицы, описывающие профессиональную и национальную принадлежность, а женщины акцентируют внимание на гендерном и семейном аспектах.

Ключевые слова: *англоязычный журнальный дискурс, языковая личность журналиста, гендер, потребность в принадлежности, лексические единицы.*

Danylchenko I. V., PhD student

Mykola Gogol State University of Nizhyn

LEXIS OF BELONGINGNESS IN ENGLISH MAGAZINE DISCOURSE: GENDER PERSPECTIVE

The article examines the influence of a journalist's gender on the specificity of using lexical units that appeal to the belongingness need consisting in people's being part of a group – family, professional group and others. It is found that men prefer lexical units describing professional and national belongingness while women emphasize gender and family aspects.

Keywords: *English magazine discourse, reporter's linguistic personality, gender, belongingness need, lexical units.*