

Tonkin E. History and the myth of realism. The myths we live by. Ed. London: Routledge. 1990.-255p.

Summary

The American Dream is a concept people may live if they only fulfill certain conditions. But can a theoretical concept so strongly influence one's reality? Can this concept overcome theoretical boundaries and become a practical part of one's life? If the American Dream can be precisely identified in theory, is it possible to finally grasp the concept in reality and claim its existence not only on theoretical basis?

УДК 81'255.4

ГЕНДЕРНІ ІНДИКАТОРИ У ПЕРЕКЛАДІ ДИСКУРСИВНИХ МАРКЕРІВ (на матеріалі англо-українських перекладів художніх творів ХХ століття)

Мегела К.І.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Сучасний етап розвитку науки, і, зокрема, перекладознавства, характеризується інтенсивним підкріпленням новими напрямками досліджень. Розробляються теоретичні підвалини для інтеграції наукових галузей – соціології, етнології, психології, прагматики та когнітології.

Останнім часом у теорії перекладу посилилась увага до службових, так званих периферійних класів слів, які виявляються багатими своїм функціонально-комунікативним та прагматичним потенціалом, виражають не стільки об'єктивні, скільки суб'єктивні (модусні) смисли, що викликає неабиякий інтерес для перекладознавчих досліджень, оскільки модусні смисли не завжди мають явні, формальні засоби вираження та нерідко є імпліцитними.

Термін “дискурсивні маркери” був запроваджений американською дослідницею у галузі соціолінгвістики Д.Шиффрін [13]. З початку 90-х років ХХ століття дискурсивні маркери активно досліджуються як зарубіжними [9, 11, 12] так і російськими [3, 6] та українськими лінгвістами [1,4].

Дискурсивні маркери формально належать до різних граматичних категорій: вигуків (*oh, well*), сполучників (*and, but, or, because*), прислівників (*now, then, so*), та вставних виразів (*you know, I mean*), проте вони часом виконують схожі прагматичні функції. Склад функціонального класу дискурсивних маркерів не є чітко визначеним та варіює залежно від поглядів різних авторів.

Дискурсивні маркери вирізняються наступними ознаками та властивостями:

частотою вживання, факультативністю, синтаксичною відокремленістю від інших елементів речення, відсутністю змісту, поліфункціональністю, здатністю бути індикаторами певного типу мовленнєвого акту, варіативністю інтонаційних характеристик тощо.

Варто відмітити, що цікавими для перекладознавчих студій можуть бути не усі лексеми, які вважаються дискурсивними маркерами, а лише ті, що створюють труднощі для перекладу.

Зважаючи на функціональну сутність цих мовних елементів, їх дослідження крізь призму перекладу потребує залучення даних з різних дисциплін, зокрема дискурсології, соціолінгвістики, психолінгвістики, когнітивної лінгвістики тощо, що і визначає **актуальність** даної статті.

Новизна статті зумовлена потребою повнішого висвітлення дискурсивних маркерів у перекладознавчому аспекті, а також перспективністю дослідження даних мовних одиниць під кутом зору врахування гендерних факторів у перекладі, які наразі привертають все більше уваги зарубіжних та вітчизняних науковців.

Мета дослідження – виявити гендерну складову у прагматичних значеннях англійських дискурсивних маркерів при їх відтворенні українською мовою.

Для досягнення поставленої мети пропонується вирішення наступних **завдань**:

- надати визначення категорії гендеру та окреслити витоки її дослідження у перекладознавчому ракурсі;
- розглянути ідентифікаційні ознаки типового жіночого та чоловічого мовлення та обґрунтувати важливість врахування цих особливостей у перекладі художніх діалогів, що містять дискурсивні маркери;
- проаналізувати вплив гендерних чинників на вибір перекладачем контекстуальних відповідників у перекладі дискурсивних маркерів.

Об'єктом дослідження є дискурсивні маркери англійської мови (*oh, ah, well, now* та ін.), а також їхні українські контекстуальні відповідники, зумовлені гендерними характеристиками персонажів-мовців.

Ілюстративним матеріалом дослідження слугували твори С. Моема, Ф. С. Фіцджеральда, О. Генрі, Б. Шоу, Д. Лоуренса та їхні українські переклади, здійснені М. Пінчевським, Ю. Івановим, О. Мокровольським, Т. Некряч, С. Павличко.

Для гетерогенних досліджень другої половини ХХ – початку ХХІ століття характерним є принцип антропоцентризму. Антропоцентризм як особливий принцип дослідження полягає у тому, що наукові об'єкти вивчаються перш за все згідно з їх роллю для людини та згідно з їх призначенням для її життєдіяльності, "людина стає точкою відліку в аналізі тих чи інших явищ, вона залучена до цього аналізу, визначаючи його перспективи та кінцеві цілі" [8:212].

Досить плідною для багатьох антропоцентричних досліджень виявилася категорія гендеру.

Поняття «гендер» не є суто лінгвістичною категорією, хоча й було запозичено з англійського "gender", яке буквально означає граматичну категорію роду. З кінця 60-х – початку 70-х років ХХ століття цей термін широко

використовувався в соціальній філософії, історії, соціології, політичному дискурсі, психології, а згодом повернувся до лінгвістики, набувши іншого значення.

У 80-90-х роках ХХ століття центром уваги мовознавчих студій стає мовна особистість, індивід, що є одночасно представником декількох соціальних груп – статевої, вікової, етнічної, професійної тощо. Будь-яка соціальна характеристика індивіда проявляється у мові, яку він використовує, що відкриває широке поле для досліджень відтворення мовлення персонажів у перекладах художніх діалогів.

Гендер у нашому дослідженні розуміється як сукупність соціальних та культурних норм, які суспільство приписує людям залежно від їхньої біологічної статі. Поняття гендеру входить до соціолінгвістичної компетенції мовців та передбачає знання норм, правил та особливостей оформлення мовленнєвих повідомлень у різних типах соціальної взаємодії. Кожному соціальному контексту, кожній соціальній ролі відповідає певний тип мовленнєвої поведінки, свій набір мовних засобів, з перевагою тих чи інших соціально-стилістичних прийомів.

Гендерний фактор у перекладі проявляється у двох напрямках: з одного боку, це проблема впливу особистості перекладача (у даному випадку його статі) як на процес перекладу безпосередньо, так і на його кінцевий результат; а з іншого боку – це проблема адекватності у перекладі гендерно маркованих одиниць, яка саме й зумовлює **предмет** даної розвідки.

Необхідність дотримання гендерних особливостей мови перекладу певним чином ускладнює завдання перекладача, що постає не у буквальній передачі елементів мовлення персонажів, а у відтворенні сукупності образів оригіналу, враховуючи соціальні та психологічні особливості комунікантів, зокрема гендерний чинник.

У сучасній гендерології досить вичерпно описані ідентифікаційні ознаки чоловічого та жіночого мовлення [2, 5, 7, 10, 14]. Д. Танен стверджує, що “спілкування між жінками та чоловіками можна назвати міжкультурними зіткненнями двох розмовних стилів” [14:42].

В процесі перекладу художніх діалогів перекладач має зважати на наступні відмінності у жіночому та чоловічому мовленнєвих стилях:

Жіночий стиль мовлення	Чоловічий стиль мовлення
емоційність	емоційна стриманість
емфатичність висловлювань	чіткий та логічний виклад інформації
окличні речення	агресивність
вживання часток, вигуків	грубість
пом'якшення висловлювань, невпевненість	категоричність
мовленнєві акти: обіцянки, прохання, благання, вибачення	мовленнєві акти, що демонструють лідерство: погрози, накази
твердження у формі питань, риторичні питання	пряме висловлювання намірів, твердість
ввічливість	уникання надмірної ввічливості

Дискурсивні маркери, типові для усного спонтанного мовлення поліфункціональні елементи, вживаються представниками як жіночої, так і чоловічої статі. Оскільки вважається, що дискурсивні маркери існують у мовній свідомості носіїв мови та використовуються ними у відповідних мовленнєвих ситуаціях автоматично, то носії мови легко можуть вирахувати закладені у цих одиницях прагматичні значення. Проте, дискурсивні маркери не мають абсолютних відповідників у інших мовах. Для адекватного відтворення цих одиниць перекладач має вибрати у цільовій мові такі мовні засоби, які б, по-перше, були природними для мови перекладу, по-друге, відповідали конкретній мовленнєвій ситуації, по-третє, що не менш важливо, передавали особливості мовленнєвої поведінки того чи іншого персонажу в цілому.

Поліфункціональність дискурсивних маркерів полягає у їх здатності виконувати різні прагматичні функції, що актуалізуються за допомогою інтонації та смислових зв'язків у контексті. Наприклад, у дискурсивного маркера *oh* виокремлюються майже 50 відтінків значення: вербалізація паузи, вагання, роздумів мовця; запит уточнення або підтвердження; перехід до іншої теми; зміна теми розмови; підсилення висловлювання; прояв уваги, зацікавленості; сприйняття та інтерпретація щойно отриманої інформації; вираження емоцій; корекція попереднього висловлювання; розпізнання відомої інформації та ін. Кожна окрема комунікативна функція того чи іншого дискурсивного маркера може виражатися в українській мові по-різному, що і зумовлює варіативність їхнього перекладу.

У повсякденному спілкуванні, так само як і в художніх творах, доволі розповсюдженими є комунікативні ситуації, у яких стать не відіграє помітної ролі, тому перекладачу необхідно враховувати й фактор гендерної нейтральності.

Особливості чоловічого та жіночого мовлення проявляються не у всіх мовленнєвих актах та, відповідно, не в кожному вжитому дискурсивному маркері. Таким чином, можна стверджувати, що стать персонажа не є визначальним фактором при виборі відповідника для того чи іншого дискурсивного маркера. Однак, говорити про повну відсутність або мінімальний вплив цих відмінностей на текст перекладу ми вважаємо недоцільним.

Фатична функція, тобто встановлення, збереження чи підтримання зв'язків і стосунків між комунікантами, є однією з найсуттєвіших функцій для дискурсивних маркерів в усному мовленні. Мовці-жінки, так само, як і мовці-чоловіки, час від часу вживають дискурсивні маркери з метою привернення уваги співрозмовника або перебирання на себе мовленнєвого ходу, тому їх часто перекладають українською мовою за допомогою так званих контактних слів, дієслів розумового та фізичного сприйняття:

*“**Well**, I’m going to tell you something about my life,” he interrupted. “I don’t want you to get a wrong idea of me from all these stories you hear”[22:33].*

– **Знаєте**, давайте я сам розповім вам про своє життя, — перебив він мене. — Бо я не хотів би, щоб у вас склалося хибне уявлення про мене з отих пліток, які ви весь час чуєте [18:63].

MRS. PEARCE. **Well**, the matter is, sir, that you can't take a girl up like that as if you were picking up a pebble on the beach [26:21].

МІСІС ПІРС: **Знаєте**, пане, річ у тім, що ви не можете взяти собі дівчину, от ніби взяли й поклали в кишеню камінчик десь на узбережжі [20:12].

Як уже зазначалося, жіночому мовленню більш властива невпевненість, нерішучість, проте, чоловіки, в залежності від обставин, також можуть демонструвати стан вагання або хвилювання, одним із способів відтворення українською мовою якого є дієслово “розуміти” у другій особі:

“Her name was Wilson. Her husband owns the garage. How the devil did it happen?”

*“**Well**, I tried to swing the wheel - - ” He broke off, and suddenly I guessed at the truth [22:81].*

- Її прізвище Вільсон. Дружина власника гаража. Як це в біса сталося?
- **Розумієте**, я не встиг перехопити... — Він затнувся, і я раптом усе зрозумів [18:114].

Жінки, як правило, емоційніші за чоловіків. Фактор емоційності у свою чергу зумовлює емоційність висловлювань, що в українському перекладі часто знаходить вираження у лексичних повторях, які можуть використовуватись, наприклад, при відтворенні риторичних питань:

*“But what could I do – **oh!** What could I do with a dollar and eighty-sevencents?”[21:34].*

- Але **що, що** могла б я зробити з одним доларом і вісімдесятьма сімома центами? [15:7]

Для жіночих реплік також характерні мовленнєві акти благань, які по суті є підсиленням ілокуції прохання, що так само може передаватися українською мовою за допомогою лексичного повтору:

*“I won't stand this!” cried Daisy. “**Oh**, please let's get out” [22:75].*

- *Я не бажая цього слухати!* - *скрикнула Дейзі.* - ***їдьмо**, благаю вас, **їдьмо** звідси!* [18:107]

Варто наголосити, що одним з найтиповіших жіночих вигуків в українській мові вважається *ой*, тому перекладачі його часто застосовують при відтворенні жіночого мовлення, вираженого дискурсивним маркером *oh*:

*“**Oh**, let's have fun,” she begged him. “It's too hot to fuss” [22:65].*

- ***Ой**, ну давай по-доброму,* - *благально сказала вона.* - *Не треба драгуватися в таку спеку* [18:97].

Крім того, до “жіночих” вигуків в українській мові також відноситься вигук *ах*, оскільки висловлювання, яке його містить, набуває відтінку пафосності, нетипового для чоловічого мовлення:

*“**Now** you mustn't flirt with me, Colonel”, giving him a roguish delicious glance [24:41].*

- ***Ах**, ви не повинні фліртувати зі мною, полковнику,* - *вигукнула вона, даруючи йому чарівну посмішку* [17:30].

Наголосимо, що на переклад художнього твору певним чином впливає й стилістична манера перекладача. Приналежність перекладача до чоловічої або жіночої статі може позначатись на виборі певних мовних засобів при відтворенні цільовою мовою тих чи інших лексичних одиниць.

Яскравим прикладом “фемінізації” мовлення персонажів можна назвати переклад англійського роману “Коханець леді Чаттерлей”, здійснений С. Павличко. Внаслідок відтворення перекладачкою вигуків прямими відповідниками, мова героїв набуває надмірної експресивності, що не є характерним для чоловічого мовлення:

*“Perhaps you care for her now,” she said. “**Ah** no, I can't think of her,” he said quietly [23:112].*

- *Можливо, вона й тепер вам подобається,* - *сказала вона.* - ***Ах** ні, і думати про неї не можу,* - *сказав він тихо* [16:121].

Переклад англійського дискурсивного маркера *ah* українським вигуком *ах* надає висловлюванню лісника Меллорза зайвої патетичності, яка не властива манері його мовлення. Меллорз – людина проста, прямодушна, стримана, у ньому відчувається сильне чоловіче начало, тому вигук *ах* аж ніяк не відповідає його мовно-психологічним рисам.

Особливості чоловічого та жіночого мовлення не є сталими величинами, вони визначаються лише як тенденції до вживання. Нерідко зустрічаються випадки, коли ті чи інші мовленнєві явища можуть пов'язуватись з особливостями психічної будови характеру персонажу, його професії, соціального статусу, рівня освіти тощо. Мовленню деяких жінок бувають властиві певні риси чоловічої мовленнєвої поведінки, так само є чоловіки, що наділені «жіночими» якостями.

Пошук відповідників для відтворення дискурсивних маркерів має здійснюватися перекладачем з урахуванням специфіки художніх образів.

Розгляньмо на фрагменті діалогу з п'єси Дж.Б.Шоу “Дім, де розбиваються серця” відображення контрасту чоловічих художніх образів:

RANDEL: Another burglar may turn up.

MAZZINI: Oh, impossible! I hope not.

Mrs. HUSHABYE: What do you say, Alf?

MANGAN: Oh, I don't matter. I'm forgotten. The burglar has put my nose out of joint [25:122].

РЕНДЕЛ: Може, ще один грабіжник нагодиться.

МАЗІНІ: Ах, ні, як можна! Сподіваюся, що ні.

МІСІС ГАШЕБАЙ: А ви що скажете, Альфе?

МЕНГЕН: Та до чого тут я? Про мене всі забули. Цей грабіжник мене відсунув на задній план [19:72].

Оскільки за сюжетом твору Мазіні – людина м'яка, з тонкою душевною організацією, романтик, ідеаліст, то вигук *ах* звучить у його вустах доволі природно. Менген, навпаки, жорсткий, бездушний бізнесмен, позбавлений будь-якої сентиментальності, тому дискурсивний маркер *oh* у його висловлюванні доречно відтворюється часткою *та*, яка вдало передає роздратовано-буркотливу тональність ображеного “боса”.

Перспективою подальшого дослідження є вплив інших соціальних факторів персонажів-мовців, зокрема соціального статусу, на вибір перекладацьких відповідників дискурсивних маркерів.

Література

1. *Бацевич Ф.С.* Семантико-прагматичні особливості дискурсивного слова навіть в сучасній українській мові // Слово. Думка. Людина: Зб. наук. праць з актуальних проблем лінгвістики (до 80-річчя від дня народження доктора філол. наук, проф. Л.А. Лисиченко). – Харків, 2008. – С. 29-36.
2. *Горошко Е.И.* Особенности мужского и женского вербального поведения: психолингвистический анализ. Дис. канд. филол. наук: 10.02.19 (“Общее языкознание, социолінгвістика, психолінгвістика”) / РАН; Институт языкознания.– М., 1996. – 182 с.
3. *Егорова М.А.* Английские «маркеры дискурса» в гносеологическом и онтологическом аспектах / М.А. Егорова // Вестник Воронежского государственного университета. – Серия “Лингвистика и межкультурная коммуникация”/ гл. ред. Алексей Александрович Кретов. – Воронеж: Вестник ВГУ, 2009. – Вип.1. – С.18-22.
4. *Засекін С.В.* Дискурсивні маркери когерентності англомовного діалогічного тексту: когнітивний та прагматичний аспекти: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04 “Германські мови”/ Сергій Васильович Засекін; Київський національний лінгвістичний університет. – К., 2001. — 20 с.

5. Земская Е.А. Особенности мужской и женской речи // Русский язык и его функционирование / Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова / [под. ред. Е.А. Земской, Д.Н. Шмелева]. – М: Наука, 1993. – С.90-136.
6. Каменский М.В. Социолингвистическая парадигма дискурсных маркеров (на материале английского языка): дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук: 10.02.19 “Общее языкознание, социолингвистика, психолингвистика”/ Каменский Михаил Васильевич; Ставропольский государственный университет. – Ставрополь, 2007. – 179с.
7. Кирилина А.В. Развитие гендерных исследований в лингвистике / А.В. Кирилина // Филологические науки. – 1998. – № 2. – С.51-58.
8. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигматического анализа // Язык и наука конца 20 века. – М., 1995. – С. 144 – 238.
9. Blakemore D. Relevance and linguistic meaning: The Semantics and pragmatics of discourse markers. – Cambridge: Cambridge University Press, 2002. – 200 p.
10. Lakoff R. Language and Woman’s Place. – N.Y: Harper & Row, 1973, 83 p.
11. Lewis D. Discourse markers in English: A discourse-pragmatic view//Fisher K. Approaches to Discourse Particles. – Volume 1: Studies in Pragmatics. – Amsterdam: Elsevier, 2006. – P.43-60.
12. Redeker G. Ideational and pragmatic markers of discourse structure // Journal of Pragmatics. – 1990. –№ 14. – P.367-381.
13. Schiffrin D. Discourse markers. – Cambridge: Cambridge University Press,1987. – 364 p.
14. Tannen D. You just don’t understand: Women and Men in conversation. – New York: William Morrow, 1990. – 310 p.

Джерела ілюстративного матеріалу:

15. Генрі О. Останній листок. Оповідання / Переклад з англ. М.Дмитренка, Ю.Іванова, В.Мусієнка та М.Тупайла та ін. – К.: Молодь, 1983. – 300 с.
16. Лоуренс Д.Г. Коханець леді Чаттерлей: Роман [пер. з англ. С. Павличко] // Всесвіт: український журнал іноземної літератури / гол.ред. Юрій Микитенко. –К.: Видавничий дім “Всесвіт”, 1990. – Вип.1. – С.56-129.
17. Моем С. Лицедії / Переклад з англ. М. Пінчевський. – К., Дніпро, 1967. – 223 с.
18. Фіцджеральд Ф.С. Великий Гетсбі; Ніч лагідна/ переклад з англ. М. Пінчевського. – Харків: Фоліо, 2003. – 397 с.
19. Шоу Дж.Б. Дім, де розбиваються серця / пер. з англ. Т.Некряч (на правах рукопису). – Літ.-драм. частина Київського театру “Сузір’я”. – 115 с.
20. Шоу Дж.Б. Пігмаліон / переклад з англ. О. Мокровольського. – Режим доступу з: <http://ae-lib.narod.ru>
21. Henry O. Selected stories. – Moscow: Progress Publishers, 1977. – 376 с.
22. Fitzgerald F.S. The Great Gatsby. – Режим доступу з: <http://www.homeenglish.com/library>
23. Lawrence D.H. Lady Chatterley’s Lover.– Режим доступу з: <http://truly-free.org/>

24. *Maugham W.S. Theatre.* – Москва: Менеджер, 1998. – 304 p.
25. *Show D.B. Heartbreak House.* – Harmondsworth: Penguin Book Ltd., 1990. –160 p.
26. *Show D.B. Pygmalion.* – Режим доступу з: http://www.online-literature.com/george_bernard_shaw/pygmalion/

Summary

The article deals with the effect of gender factors on the choice of Ukrainian contextual correspondences for English discourse markers. Gender is regarded in the study as a set of social and cultural norms attributed to people regarding their sex. In discourse gender becomes apparent in male and female styles of speech which the translator should take into account while rendering discourse markers. The role of discourse markers in the translation process shouldn't be underestimated since they reflect the author's conception of characters' identity.

СТЕРЕОТИПІЗАЦІЯ ОБРАЗУ МЕНЕДЖЕРА В КОЛЕКТИВНІЙ СВІДОМОСТІ НОСІЇВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Науменко Л. П.

*Інститут філології Київського національного університету
імені Тараса Шевченка*

Пропоноване дослідження проводилося у межах когнітивно-комунікативної парадигми вивчення природних мов з дорученням антропоцентричного підходу з метою виокремлення образного компонента концепту “management”, що увиразнюється в мовних стереотипах образу менеджера, який існує в колективній свідомості професіоналів-носіїв англійської мови.

Означена мета передбачає такі завдання: віднайти стереотипові образи в межах концепту “management”, з'ясувати мовні форми їх вираження та узагальнити основні характеристики цих стереотипів у відповідних текстах-описах.

Дослідження в галузі когнітивістики, когнітивної лінгвістики та концептуального аналізу привертають до себе увагу багатьох сучасних вітчизняних та зарубіжних учених, які розробляють теорію та методологію визначення й опису лінгвоконцептуальних моделей різних галузей знання, досліджують природу та складники концепту, висвітлюють власне оригінальне бачення цієї складної ментально-мовної одиниці [1-15; 17] та ін. Проте, залишається багато проблемних питань, пов'язаних з організацією (архітектонікою) концептів, їх місця і ролі у формуванні різних концептосфер – індивідуально-особистісних, групових, професійних, галузевих, етнічних,