

5. Слабошпицкий М. Ф. Писатель и его герои: О творческом пути Ю. Мушкетика. *Радуга*. 1979. № 4. – С. 171-174.

REFERENCES

1. Bybyk S. P. (2011). Stylova rozmovna norma ta rozmovna leksyka [Stylistic colloquial norm and colloquial vocabulary]. *Kultura slova*. № 74. P. 59-65.
2. Zhulynskiy M. H. (1987). Istyna – v liudskyykh dushakh. [The truth is in people’s souls] // *Tvory v 5 t.* – Kyiv: Dnipro. T. 1 : Smert Sokrata. Sud nad Senekoiu. Haidamaky. Zhovtyi tsvit kulbaby / Yu. M. Mushketyk. 608 p.
3. Mushketyk Yu. M. (1965). Zeleneie zhyto. Novely [Green rye. Novels]. Kyiv: Molod. 1965. 188 p.
4. Rusanivskiy V. M. (2000). Znaidene slovo: (Pro movu tvoriv Yu. Mushketyka). [Found word: (About the language of works by Yu. Mushketyk)]. *Movoznavstvo*. № 4/5. S. 4-7.
5. Slaboshpitskiy M. F. (1979). Pisatel i ego geroy: O tvorcheskom puti Yu. Mushketika. [The writer and his heroes: About the creative path of Yu. Musketik]. *Raduga*. № 4. P. 171-174.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРА

Олена Ільїна – кандидат філологічних наук, докторант кафедри української мови Харківського національного педагогічного університету ім. Г. С. Сковороди.

Наукові інтереси: лінгвопоетика, дослідження вираження архетипних концептів у мовній картині світу

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Olena Ilyina – candidate of Philological Sciences, Doctoral Student of Kharkiv G. S. Skovoroda Pedagogical University.

Scientific interests: lingual poetics, research of the verbal representation of archetypical concepts in lingual model of the world.

УДК 305:(070,446+659+ 792.09)-028

DOI: 10.36550/2522-4077-2021-1-193-347-355

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ГЕНДЕРНЫХ ОТНОШЕНИЙ
В СПОРТИВНЫХ СМИ**

Галина КОЗУБ (Полтава, Україна)

ORCID 0000-0003-3895-1621

gkozub51@gmail.com

Мария ОЛЬХОВИК(Полтава, Україна)

ORCID 0000-0003-2911-5656

mashaolhovich93@ gmail.com

КОЗУБ Галина, ОЛЬХОВИК Мария. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ГЕНДЕРНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СПОРТИВНЫХ СМИ. У статті досліджується проблема гендерних відносин та стереотипів у спортивних ЗМІ. Авторами визначається, як відображаються гендерні відносини у статтях, репортажах та репліках російських та німецьких спортивних ЗМІ, з’ясовується роль спортивного тексту як багаторівневого комунікативного конструктора, словотворчі та граматичні особливості гендерного тексту, специфіка чоловічих та жіночих номінацій, робляться висновки щодо мовних гендерних стереотипів.

Ключові слова: гендерні відносини, мовна картина світу, дискурс, комунікація, фемінність, маскуліність, текстуалізація.

KOZUB Galina, OLKHOVIK Maria. REPRESENTATION OF GENDER RELATIONS IN SPORTS MEDIA. The article is devoted to the problem of modern linguistics - gender relations. The problems of language and gender have become relevant in modern linguistics. Linguists consider gender as a phenomenon of culture and language; study the refraction of this category in language. Scientists consider gender to be a sociocultural category; their works touch upon

the issues of oral and written communication. They researched general patterns of gender development, gender relations in linguistics, and concepts in the light of gender stereotypes. But the problem of studying gender relations in sports media in a comparative aspect was not touched upon in the works of linguists. Significant contributions to the construction of gender were made by the mass media. The media shape gender attitudes for both men and women and assign them specific gender roles. Sports text is a multilevel communicative constructor. It reflects the communicative intentions of sports actors – athletes, coaches, competition judges, sports administrators, fans, and sports commentators. The phraseological and lexical fund of the German and Russian languages was used to analyze the research data. After analyzing the material we have chosen, that most of the articles are devoted to men's sports - 76.5% and only 23.5% - to women's. We determined that the morphological way of forming words (suffix and addition) prevails in sports publications. So, we have noted that for designation a person's sex in borrowed words, native speakers of the Russian language resort to the syntactic method, that is, the formulation of the predicate in the desired form. In German language, a predicate cannot be an indicator of gender. We can reveal belonging to one or another gender only through introductory nominations (weiblich, männlich, Frauen-, Männer-) or the names of athletes. Over time, the stereotypes that were created in society are changing, because our life does not stand still, and women are increasingly becoming on a par with men.

Keywords: *gender relations, linguistic worldview, discourse, communication, femininity, masculinity, textualization.*

Актуальность темы. В современной лингвистике в последние десятилетия становятся актуальными проблемы языка и пола. Лингвистические исследования рассматривают гендер как явление культуры и языка, изучают преломление данной категории в языке. В центре внимания этих исследований лежат социальные и культурные факторы, которые определяют отношение культуры и общества к мужчинам и женщинам, поведение индивидуумов в связи с принадлежностью к тому или иному полу, стереотипные представления о мужских и женских качествах – все, что переводит проблематику статьи из сферы биологии в сферу социальной жизни и культуры. Эта категория, как многократно отмечали исследователи, не является сугубо лингвистической. Термин был введен в 60-70-ые годы и использовался сначала в истории, социологии, затем его восприняла и лингвистика.

Анализ последних достижений и публикаций. Проблема гендерных отношений широко представлена в лингвистике. Так, Д. Малишевская определяет гендер как «комплекс социальных и психологических процессов, а также культурных установок, порожденных обществом и воздействующих на поведение индивида, выбор социальных стратегий» (Малишевская, 1999). Т.В. Суханова считает гендер социокультурной категорией, не предполагающей традиционного рассмотрения половых ролей (Суханова, 2010). Современные исследователи отмечают, что индивиды, имеющие в структуре своей личности выраженные маскулинные признаки, более успешны и благополучны. Мужская среда и деятельность мужчин, как правило, формируют оболочку истории социума (Юнг, 1997), женский же мир открывается по большей части в субкультурных текстах, предназначенных для внутреннего пользования. Лингвистика охватывает широкий круг вопросов, в том числе и спортивные концепты в разных лингвокультурах, сферу коммуникации в отношении к гендеру (Козуб, 2020; Дорошенко, 2012; Савицька, 2003).

Постановка проблемы. Проблема гендерных отношений в лингвистике охватывает все ее области. Еще совсем недавно главным направлением была проблема половой асимметрии в языке. Сегодня в приоритете определение экстра- и интралингвистических факторов, влияющих на формирование гендера. Гендерные исследования оперируют уже понятием «гендерный концепт», в основе которого лежит оппозиция мужественность/женственность. Эту проблему мы попытались решить в настоящей статье.

Не решенные ранее аспекты проблемы. Как видим, исследование гендерных отношений уже велись ранее современными лингвистами. Исследовались общие закономерности развития гендера, гендерные отношения в лингвистике, концепты в свете гендерных стереотипов. Но проблема исследования гендерных отношений в спортивных СМИ в компаративном аспекте еще не была затронута в работах лингвистов.

Цель исследования. Целью исследования является установление особенностей репрезентации гендера в спортивном дискурсе.

Изложение основного материала. Масс-медиа, являясь ведущим агентом социализации, вносят существенный вклад в конструирование гендера. Представляя собой социальный институт, СМИ формируют гендерные установки как для мужчин, так и для

женщин и предписывают им определенные гендерные роли. Именно в масс-медийных практиках социальные отношения полов репрезентируются наиболее ярко.

Спортивный текст – многоуровневый коммуникативный конструктор. Он отражает коммуникативные намерения субъектов спорта – спортсменов, тренеров, судей соревнований, администраторов спорта, болельщиков, а также спортивных комментаторов, детализирующих для болельщиков информацию о спортивном событии. Проблемы взаимоотношения полов, дискуссии о положении мужчин и женщин, борьба женщин за гармоничные отношения с мужчинами, гендерный дисбаланс – в освещении этих вопросов большая роль отводится СМИ как главному инструменту отражения реальности. В дальнейшем мы подробно рассмотрим, как представляют мужчин и женщин спортивные средства массовой информации. Анализ современных русских и немецких спортивных статей (нами было проанализировано 300 выпусков и 530 контекстов) таких, как «Спорт-экспресс», «Советский спорт», «Спорт день за днем», «Спорт уик-энд», «Лыжный спорт», «Спортивная панорама», «Sport.de», «Sport1.de», «Bild.de» за период 2011-2014 года, установил, что при изучении вербализации антропологических смыслов в концепте спортивных игр субъектов игрового процесса характеризуют игровые роли, строго распределенные между ними: игрок, тренер, судья, арбитры.

Для обозначения «общих» номинаций, которые представлены как женщинами, так и мужчинами, существуют слова, находящиеся вне гендерной оппозиции (игрок, тренер, судья, арбитры). Эти лексемы обладают категорией мужского рода, номинируя при этом лиц обоего пола. Для обозначения лиц противоположного пола подобной спортивной профессии добавляют: «игрок **женской** сборной», «**женщина**-судья», «**женщина**-тренер» и т. п. Недостаточность формы женского рода в разговорной речи компенсируется такими морфологически созданными конструкциями, как «тренерша», «арбитрша», режущими слух и несущими негативную экспрессию. Подобные тенденции нельзя игнорировать, поскольку разговорный дискурс является первичной формой речевой деятельности и значительно превосходит все прочие формы речевой интеракции.

Большой спорт как зрелище, будучи одним из важнейших проявлений современной массовой культуры, обладает мощным развлекательным потенциалом. Организация спортивного события и его последующая текстуализация в газете, журнале или в интернете выступают инструментом социальной переработки информации в формировании ценностей, нормативных образцов поведения, включающих в себя и гендерные стереотипы.

Гендерные различия между людьми фиксируются во многих картинах мира, в том числе в русской и немецкой, прежде всего в грамматической категории рода. Проблема соотносительности категории рода с категорией пола является универсальной для всех языков. В категории рода обобщены и грамматикализованы представления носителей языка о лицах, предметах, явлениях и понятиях с точки зрения отнесенности к мужскому, женскому роду или отсутствия такой отнесенности (в значении среднего рода). Что касается грамматических признаков рода в наименованиях лиц и других одушевленных предметов, то их категориальное значение коррелируется с биологическим полом.

Как известно, номинация лиц в русском языке происходит двумя основными путями: морфологическим способом и заимствованием. На первом месте, несомненно, стоит способ суффиксального словообразования. Спорт основан на концепте маскулинности, следовательно, мы можем говорить о том, что все языковые формы, связанные со спортом и соревнованиями, так или иначе первоначально имели форму мужского рода («атлет», «борец», «стрелок», «der Sportler», «der Ringer», «der Läufer»).

В русском языке продуктивными суффиксами для образования номинаций в спорте мужского рода являются: - **ик**, например: доигровщик (доигрывать); - **ник**, например: защитник (защищать); - **щик**, например: гонщик (гнать); - **тель**, например: метатель диска (метать), - **ист**, например: футболист (футбол); - **ец**, например: пловец (плавать).

В немецком языке грамматический род производных имен существительных оформляется посредством суффиксации. Номинации лиц мужского рода в спорте образуются с помощью суффикса - er, - ler (der Meister, der Richter, der Starter, der Sportler).

Если говорить о женском спорте, то спортивные выражения несут в себе мужское начало, и лишь после активного появления женщин в исконно мужских видах спорта эти понятия приобрели универсальный характер либо у них появился женский род. Мы заметили, что исходной формой для образования пары выступает наименование лица мужского пола, но называние лица женского пола не вызывает затруднения у носителя русского языка в связи с тем, что в языке имеются определенные типовые словообразовательные модели и языковые маркеры – показатели рода: суффиксы *-к-*, *-щиц-*, *-щиц-*, *-ниц-*, *-иц-*, *-и-* (со значением «женственности») с соответствующими флексиями. К показателям существительных – названий номинаций женского рода относятся следующие суффиксы: **-ца**, например: лыжница (лыжник); **-ка**, например: спортсменка (спортсмен); **-ша**, **-их-а**, например: пловчиха (пловец).

Известно, что женщины в Германии с 1987 года получили официальное право указывать название своих профессий при помощи суффикса *-in*, благодаря чему номинации получили категорию женского рода, а субъекты спортивного игрового процесса – половой признак. Например: *“Volleyballerin”*, *“Richterin”*, *“Trainerin”*, *“Skijägerin”*.

Для обозначения «общих» номинаций, которые представлены как женщинами, так и мужчинами, существуют слова, находящиеся вне гендерной оппозиции (игрок, тренер, судья, арбитр).

Эти лексемы обладают только категорией мужского рода, номинируя при этом лиц обоего пола. Для обозначения лиц противоположного пола подобной спортивной профессии добавляют: «игрок **женской** сборной», «**женщина**-судья», «**женщина**-тренер» и т. п. В разговорной речи имеют место такие морфологически созданные конструкции, как «тренерша», «арбитраша», режущие слух и несущие негативную экспрессию. Подобные тенденции нельзя игнорировать, поскольку разговорная речь является первичной формой речевой деятельности вообще, с исторической точки зрения значительно превосходит все прочие формы речевой интеракции. Для обозначения пола человека в заимствованных словах носители русского языка прибегают к синтаксическому способу, то есть постановке сказуемого в нужной форме, например: *Скип сборной Китая Лю Жуй был расстроен поражением от Швеции в матче за бронзу олимпийского турнира в Сочи.*

В немецком языке сказуемое не может быть показателем пола. Только благодаря вводным номинациям (*weiblich*, *männlich*, *Frauen-*, *Männer-*) или именам спортсменов мы можем обнаружить принадлежность к тому или иному полу: *“Das bringt natürlich schon einen gewissen Push für das Olympia-Qualifikationsturnier in Füssen”, sagte Skip Andrea Schöpp erleichtert nach dem EM-Happy End im norwegischen Stavanger.*

В спортивных средствах массовой информации мы наблюдаем тенденцию подчеркивать не пол спортсменов, а их достижения. В русских и немецких спортивных материалах не было обнаружено четкой направленности на адресата мужского или женского пола. Но явным является факт преобладания мужских образов в спортивных СМИ.

Проанализировав собранный нами материал, можно увидеть, что большинство статей посвящено мужским видам спорта – 76,5% и только 23,5% - женским. Итак, рассмотрение вопроса репрезентации гендера в спортивных публикациях мы можем представить следующим образом: 1) посредством каких языковых средств эксплицируются мужественность и женственность; 2) на какие образы делается акцент; 3) с объединением каких синонимических рядов связана интерпретация этих образов.

При подробном рассмотрении спортивных материалов четко прослеживается тот факт, что на первые страницы спортивных новостей попадает информация о тех видах спорта, которые являются популярными в той или иной стране (в России, Украине и Германии первую полосу занимают статьи о мужском футболе). Это доказывает, что большой спорт является преимущественно мужской сферой деятельности. При создании образа мужчины-спортсмена в русско- и немецкоязычных спортивных текстах акцент делается на (в процентном соотношении указывается на количество лексических единиц, по данным характеристикам):

1) мастерство (67%): *гений Олимпийских Игр, хороший атлет; ein muskulöser Athlet, ein Kugelkünstler, atemberaubende Schusstechnik Noch-Triple-Sieger Makellose sehr zurückhaltend bekannte Profi des FC Barcelona ein Zeichen der Wertschätzung gegenüber diesem großartigen Sportler.*

При этом используется концептуальная метафора: (3-4%):

русская ракета (хоккеист Павел Буре), Raketen-Aufschläge, Ein Stehaufmännchen, ein Hammer-Mann wie der Leitwolf "Er ist einfach fantastisch", lobte der "Corriere dello Sport" den Deutschen, den die Sportblätter wegen seiner Durchschlagskraft "Panzer" und wegen seiner Kaltschnäuzigkeit "Killer" nennen. (17.10.11 sport.de)

2) способность подавления соперника, а иногда и агрессивность (28%)

...в его глазах было много агрессии, Ballkünstler mit Verdrängungspotential, Furchteinflößend früheres Pressing.

Данные качества выходят на первый план в мужских игровых видах спорта и оцениваются, как правило, положительно. В визуальных компонентах спортивных комментариев спортсмены-мужчины чаще всего представлены в действии, с целью подчеркивания их атлетизма и силы.

3) возраст: (9%) *в нынешнем сезоне 18-летний черногорец, молодой боец*

«34 Jahre ist der Engländer alt» (4/04/2014 sport1.de), Erst Marco Sturm, nun Jochen Hecht: Ein weiterer deutscher NHL-Veteran kehrt heim. (28.04.2013 sport.de), der deutsche Youngster Dennis Schröder.

4) физические данные: (71%) *выделялся своим габаритным телосложением и богатырской силой, при весе 75 кг, Der ist muskulös, sehnig, fettfrei. (17.09.13 Bild.de) 1,85 m zehn Zentimeter, im Schwergewicht Er ist groß, stämmig und bärenstark im Abschluss (20.08.13).*

5) семейное положение и семья в целом: (2%) *заботливый отец, глава,*

Seine Frau Neda erwartet nämlich in zwei Monaten Zwillinge (3.05.14 Bild.de)

Ob das für den Vater von sechs Kindern gegen Klitschko reicht? (24.04.14 Bild.de)

6) общественная деятельность и благотворительность (2%): *участвует в благотворительных акциях.*

7) интеллект (1%) *ein Profi mit Kopf, ein absoluter Klassiker, ... в ожидании силового приема со стороны соперника, он вынужден думать и действовать быстрее (Спорт день за днем).*

Автор данной статьи проводит параллель между игроками хоккея и рыбами. Этим он показывает, что игрок постоянно находится в напряжении, в ожидании силового приема со стороны соперника (как карась ожидает нападения щуки), поэтому он вынужден думать и действовать быстрее. Помимо обозначений мужчин по профессии, личным именам и местоимениям используются следующие номинации: «соперник», «гость», «лидер», «игрок», «россиянин», «звезда», «фаворит», «фанат», «мастер», «герой», «хозяин», «отец», «чемпион», «Trainer», «Held», «Meister», «Profi», «Gegner», «Sieger», «Torjäger», «Schüler». В исследуемых спортивных СМИ часто встречается номинация *спортсмен «der Sportler»*, которая присутствует примерно в 58%. Частота других наименований значительно ниже: «игрок», «чемпион», «соперник», «звезда», «атлет» «Spieler», «Meister», «Athlet», «Prominente».

Среди прилагательных многократно встречаются: «сильнейший», «великий», «лучший», «знаменитый», «известный», «bekannt», «berühmt», «stark». Как известно, мужское начало ассоциируется с активностью, силой, рациональностью, чёткостью, правильностью, в то время как женское – со слабостью, отсутствием рациональности, стихийностью. Следует отметить, что стереотип «мужчины не плачут» разбивается в спортивных средствах информации. Спортсмены не сдерживают эмоций и не боятся показывать их.

Президент федерации пришел в раздевалку в слезах. Поляки вообще эмоциональные люди (Советский спорт 25.апр.2014), ... fing selbst der Mann an zu weinen (02/07/2012 sport.de)

Bei der feierlichen "Ballon-d'Or"-Gala am Montag in Zürich nahm der 73-Jährige mit Tränen in den Augen die Auszeichnung aus den Händen von FIFA-Boss Joseph S. Blatter entgegen (13/01/2014 sport1.de).

Обращает на себя внимание название немецкой мужской сборной по футболу *«die deutsche Bestie»*. В данном примере мы наблюдаем перенос «женского» на «мужское», поскольку номинация «бестия» и в русском, и в немецком языках несет в себе женское начало.

При создании образа женщины-спортсменки средства массовой информации, опираясь на гендерные стереотипы, дают имплицитную оценку спортсменок в рамках актуализации концептуальной оппозиции «СВОЙ -ЧУЖОЙ»: для мужчин женщины-спортсменки сразу попадают в категорию «ЧУЖИЕ», поскольку действует стереотип «спорт – это не женское дело», а для женщин спортсменки тоже не совсем «СВОИ», т.к. выпадают из традиционного представления о женщине как о слабом поле, хранительнице домашнего очага и т.п. Однако в текстах СМИ о спортсменках нельзя не отметить тенденцию к неявному противопоставлению их спортсменам мужского пола, что является проявлением нетрадиционных стереотипных представлений о женщине и её роли.

Взяв за основу метод А.В.Кириловой, мы установили ряд существующих особенностей изображения женщин в прессе, спортсменок в частности: 1) деятельность; 2) проявление воли, эмоциональность; 3) красота и внешность; 4) семейное положение; 5) материнство, деторождение и воспитание; 6) любовь и привязанность.

Мы выделили некоторые наиболее характерные модели репрезентации гендера в языке спортивных средств массовой информации. Анализ этих особенностей приводит к выводу о доминировании (хотя и неявном) традиционных патриархальных представлений о мужчине как агентивном субъекте и женщине как пассивном объекте.

В спортивных публикациях спортсменок гораздо чаще называют по имени, около 79% (*Мария, Анна, наша Оленька, Света и т.д.*), демонстрируя этим некоторую снисходительность и фамильярность: *Я еще в Сочи узнала, что Машу перевезли в Мюнхен*; используются также метафоры, которые являются неотъемлемой частью их характеристик, 10%:*«Рим остается без Вашей королевы»*), в то время как мужчин обычно называют по фамилии, 85% (*Кличко, Игнашевич, Мона, Полтавский*).

Однако такая тенденция не прослеживается в заголовках статей (98%) (*«Шарапова и Азаренко: встреча в полуфинале?»*, *«Ковальчук назвал Мозякина лучшим»*). В немецкоязычной прессе нет явного разграничения, спортсменов и спортсменок чаще называют как по имени, так и по фамилии (87%). *Barthel konnte im Tiebreak des zweiten Satzes vier Matchbälle nicht nutzen; Ex-Nationalspieler Cacau wird den VfB Stuttgart trotz seines ersten Saisontors gegen Schalke 04 am Saisonende verlassen*. Кроме спортивных качеств, берется во внимание семейное положение: (29%) *Mutter dreier Kinder, in Verbindung mit der Geburt eines Kindes*. Данные лексемы (мать, дочь, *Mutter, Tochter*) говорят о поддержании традиционных взглядов на социальную роль женщины. Примечательно, что в материалах немецкой прессы частотным является присутствие информации о личной жизни и друзьях: *„Ein Mann hält fest zu ihr“*, *„LIRA IN LOVE! Unsere Nationalspielerin ist verliebt – in einen Zweitliga Spieler“*.

Авторы спортивных статей об успешных женщинах приветствуют «перенесение» материнских ролей в социальную сферу: успешная женщина изображается не только как состоявшаяся личность и уверенный профессионал, но и подчеркивается, что она – счастливая мать семейства, а иное, например, бездетность, а особенно не сложившаяся личная жизнь и т.п. – не встречается. В спортивных средствах массовой информации полностью отсутствуют такие представления о назначении женщины, как «женщина-подруга» и «женщина занимает подчиненное положение».

В изображении спортсменок акцент делается на их внешности, физической привлекательности, что также соответствует представлениям о женщине как объекте, т.е. женская красота оценивается с позиции мужчины, иными словами, женская красота не столько существует сама по себе, сколько отражается в глазах мужчины(46%): *метательница копья и знойная красавица в одном флаконе; стать похожими на накачанных дам с глянцевых обложек*.

В одном из контекстов русскоязычной спортивной прессы мы натолкнулись на описание худших нарядов Марии Шараповой: *До своего первого полуфинала – открытого чемпионата Франции – Шарапова дошла в изящном платье цвета морской волны,*

драпированном темным тюлем. Только вот напуск в районе талии добавлял объем там, где он никогда не нужен (22.04.2014 sports.ru). Подробное описание текстуры и фасона одежды спортсменки говорят о предписания гендерного стереотипа, «одежда - удел женщин». Немецкие журналисты, характеризую женские образы, как правило, используют лексические единицы, относящиеся не только к внешности ("hübsch", "gut aussehend" oder "attraktiv"), но и к одежде, а иногда и к возрасту: *Eine schöne Frau läuft auf den Rasen, die braunen, lockigen Haare in einem Pferdeschwanz zusammengerafft* (23.04.14 bild.de), *die sympathischste Spielerin der ganzen Szene; die zierliche Verteidigerin, ein raffiniertes weißes Korsettkleid* (25.07.12 sport.de).

Следует отметить, что в ряде немецких спортивных контекстов можно выделить описание и преуменьшение номинаций женщин („unsere Mädels“, „Girls“, „National-Elfen“ „Haserl“, „Küken“), что не наблюдается в русской спортивной прессе. „Unsere Mädels stecken die Japanerinnen doch ins Täschchen“ (6.07.11 Bild.de), *Frostig fiel das Wiedersehen der Golden Girls von London aus.* (18.02.13 sport.de).

В рамках исследуемого нами спортивного материала была выделена физическая сила спортсменки, об этом свидетельствует частое употребление таких лексем, как *сильная* (72%): *Мауша ворвалась в 20-ку сильнейших теннисисток мира, продемонстрировала сильный характер*

(82%), *Frankfurts "starke Frauen": Fußballerinnen feiern* (27.03.11), „*Ich brauche meine ganze Kraft, um den Verlust meiner Jule, der Liebe meines Lebens, zu verarbeiten und zu begreifen.*“ (28.02.2014).

Это подтверждает тот факт, что стереотипы мужественности и женственности не напрямую связаны с биологическим полом. Чтобы доказать свою состоятельность как личности, женщине приходится прикладывать больше усилий, чем мужчине. Но практика показывает, что успеха на спортивном поприще добиваются женщины, выработавшие в себе и демонстрирующие именно маскулинные профессиональные качества (85%): «*Скудная игра в американский футбол была бы, возможно, невыносима, если бы не эти прелестницы, выскакивающие на поле в перерывах и выделяющие такие фортеля, что даже святые в могилах переворачиваются*», *"Sie ist eine sehr talentierte Sportlerin und hat bei den deutschen Meisterschaften den Durchbruch erreicht"* (25.07.12 Sport.de). Женщина по своей природе более эмоциональна, чем мужчина, и это распространяется на все сферы жизнедеятельности, включая профессиональный спорт (поскольку женщина остается женщиной и не всегда может контролировать свои чувства) (17%): *Она не могла больше терпеть эту боль, со слезами на глазах, Gössners bittere Olympia-Tränen* (4.01.2014), *Nach dem Sieg kämpfte Theiss mit den Tränen* (14,12.2013)

Margareta Kozuch weinte nach dem Spiel bitterlich (14.09.2013).

В статьях, посвящённых спортсменкам, подчёркиваются такие качества, как целеустремлённость, терпение (23%): *с силой воли, очень упёртые, должны были проявить терпение; die Geduld von Claudia Pechstein in Sotschi auf eine harte Probe gestellt* (10.02.14 sport.de) *sie bemühten sich immer.*

Данный материал, показал, что женщины чаще всего достигают успехов на пути к наградам благодаря поддержке и помощи своих родственников или даже влиятельных знакомых («*Мама все время за меня переживала, поддерживала, как могла, в то время как мужчины своей силой и упорством «покоряют вершины» спорта («Я долго шел к своей цели – стать абсолютным чемпионом Украины по ралли).* Данные примеры еще раз подтверждают стереотип о «слабом» и «сильном» поле, который сложился еще много веков назад и проживет еще тысячелетия.

Заметна разница в преподнесении материалов журналистами. Так, в немецкоязычной прессе не только женщины, но и мужчины нуждаются в посторонней помощи, для достижения высоких результатов: *Das ist die Dortmunder Schule. Beim BVB hat er gelernt auch nach einem Ballverlust sofort wieder drauf zu gehen und die Kugel zurück zu erobern.*“ (4.05.14 Bild.de).

Из текстов такого рода явствует, что каждый народ по-своему преподносит истинную картину мира. Не все лексемы отражают чисто половую принадлежность. Из данного примера «*Она избрана знаменосцем финской команды*», становится ясно, что на женщину

перенесены мужские обязанности, поскольку по Толковому словарю Д.Н Ушакова «знаменосец» – мужчина, т.е. тот, кто носит или несет знамя.

В рассмотренных нами спортивных статьях мы обнаружили сравнение Юны Ким, фигуристки из Кореи, с «машиной», это традиционная маскулинная черта: «Можно ли бороться с "машиной", чьи гонорары исчисляются миллионами, а крепость нервной системы вошла в легенду?» (Спорт-Экспресс, 26 апреля 2013). Подобный пример, мы смогли найти и в немецкой статье «In London scheint die Medaillen-Maschine aus dem Reich der Mitte die Wachablösung im Wertsport zu vollenden.» (30.07.12 sport1.de), где говорится о китайской пловчихе, которая установила мировой рекорд. Что касается пассивной роли женщины (о которой мы упоминали раньше), то для образов спортсменок это не характерно, их образы более маскулинизированы.

Выводы и предложения. В результате исследования можно сделать выводы, что проблема гендера в спортивных СМИ очень актуальна. СМИ выступают активным средством коммуникации. Роль мужчины и женщины в масс-медиа неоднозначна. В статьях о мужчинах-спортсменах преобладают такие качества, как сила, мужественность, агрессивность, усердие, сила воли. Особое внимание уделяется победе над противником (стереотип – мужчина-победитель, охотник), физическим качествам, финансовой стороне спорта. При описании женщин-спортсменок мы можем наблюдать уменьшение описания физических качеств. Огромное внимание уделяется красоте, семейному положению спортсменок, материнству. Проанализированный материал свидетельствует, что большинство статей посвящено мужским видам спорта – 76,5% и только 23,5% – женским. Мы определили, что в спортивных публикациях преобладает морфологический способ образования слов – суффиксальный и сложение. Отмечено, что для обозначения пола человека в заимствованных словах носители русского языка прибегают к синтаксическому способу, то есть постановке сказуемого в нужной форме. В немецком языке сказуемое не может быть показателем пола. Только благодаря вводным номинациям (weiblich, männlich, Frauen-, Männer-) или именам спортсменов мы можем обнаружить принадлежность к тому или иному полу. Мы считаем, что проблема гендерных отношений в лингвистике активно разрабатывается, а настоящее исследование может быть продолжено на другом материале.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Дорошенко, С.М. Гендерні особливості спілкування / С.М. Дорошенко // Materialy VII mezinarodni vedecko-prakticka conference «Moderni vymochnosti vedy – 2012». – Dil.19.Filologicke vedy.– «Praha publishing house Education and science” s.r.o. – Str.75-78.
2. Кирилина, А.В. Гендер: лингвистические аспекты/ А.В. Кирилина. – М.: Институт социологии РАН, 1999. – 189 с.
3. Козуб, Г. Фразеологическая и образно-метафорическая репрезентация концепта Футбол в русской и немецкой лингвокультурах / Г.Козуб, М. Ольховик // Наукові записки.– Вип. 167.– Серія: Філологічні науки. – Кропивницький: Код, 2020. – С. 459-465.
4. Малишевская, Д. Концепты в свете гендерного подхода (на примере оппозиции мужчина/женщина) / Д.Малишевская // Фразеология в контексте культуры. – М., 1999. – С. 56-64.
5. Савицька, Л. Мова і стать / Л. Савицька // Критика. – 2003. – № 6. – С. 29-34.
6. Суханова, Т.В. Современные тенденции развития гендерных исследований в лингвистике / Т.В. Суханова // Русский язык в диалоге культур: материалы международной научной конференции. Ч.2. – Воронеж, 2010. – 85-90 с.
7. Юнг, К.Г. Душа и миф. Шесть архетипов / К.Г. Юнг. – М.-К.: ЗАО «Совершенство» – «Port-Royal», 1997. – 384 с.

REFERENCES

1. Doroshenko, S.M. (2012). Genderni` osoblivosti` spi`lkuvannya [Gender features of communication // Materials VII International Scientific-Practical Conference «Modern conveniences of science». –Dil.19.Filologicke vedy] //–Praha publishing house “Education and science” s.r.o. – Str.75-78.
2. Kirilina, A.V. (1999). Gender: lingvisticheskie aspekty [Gender: linguistic aspects] // . – М.:Institut sociologii RAN. –189 s.
3. Kozub, G.M. (2020). Frazeologicheskaya i obrazno-metforicheskaya reprezentacziya koncepta Futbol v russkoj i nemeczkoj lingvokul'turakh [Phraseological and figurative-metaphorical representation of the concept Football in Russian and German linguocultures //Science Notes. – Vip. 167. – Series: Philological sciences]. – Kropivnicz' kij: Kod. – S.459-465.

4. Malishevskaya, D. (1999). Koncepty` v svete gendernogo podkhoda (na primere oppozicii muzhchina/zhenshhina) [Concepts in the light of a gender approach (on the example of the opposition man / woman) // Phraseology in the context of culture]. – М. – S. 56-64.
5. Savicz`ka, L. (2003). Mova i` stat` [Language and gender] // Kritika.. – № 6. – Str.29-34.
6. Sukhanova, T.V. (2010). Sovremenny`e tendencii razvitiya genderny`kh issledovanij v lingvistike [Modern trends in the development of gender studies in linguistics // Russian language in the dialogue of cultures: materials of an international scientific conference. Part.2]. – Voronezh. – 85-90 s.
7. Yung, K.G. (1997). Dusha i mif. Shest` arkhetyпов [Soul and myth. Six archetypes]. – М.-К.: ЗАО «Sovershenstvo» – «Port-Royal». – 384 Str.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Галина Козуб – кандидат філологічних наук, доцент кафедри українознавства та гуманітарної підготовки Української медичної стоматологічної академії.

Наукові інтереси: мова художнього твору, семантичний словотвір, когнітивна лінгвістика, методика викладання російської та української мови як іноземної.

Марія Ольховик – провідний спеціаліст німецької мови видавництва «Просвещение» (Москва).

Наукові інтереси: когнітивна лінгвістика, лінгвокультурні проблеми перекладу.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Halyna Kozub – Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Ukrainian Studies and Humanitarian Training of the Ukrainian Medical Dental Academy.

Scientific interests: language of artwork, semantic word-formation, cognitive linguistics, methodology for teaching Russian and Ukrainian as a foreign language.

Maria Olkhovik is a leading specialist of the German language publishing house "Enlightenment" (Moscow).

Scientific interests: cognitive linguistics, linguistic and cultural problems of translation.

УДК 81'22:81'42

DOI: 10.36550/2522-4077-2021-1-193-355-365

СТРУКТУРНА МОДЕЛЬ КОНЦЕПТУ ДРУЖБА У СВІДОМОСТІ УКРАЇНЦІВ

Ірина ЧЕРНИШЕНКО (Кропивницький, Україна)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6927-4470>

e-mail: chernyshenko.iryna@gmail.com

ЧЕРНИШЕНКО Ірина. СТРУКТУРНА МОДЕЛЬ КОНЦЕПТУ ДРУЖБА У СВІДОМОСТІ УКРАЇНЦІВ.

У статті наводяться основні результати експериментального дослідження концепту ДРУЖБА в українській мові. На основі отриманих даних була побудована модель досліджуваного концепту та проаналізовані його когнітивні ознаки. Також пропонується описання структури концепту. У дослідженні ми обрали методику семантико-когнітивного аналізу концептів, запропоновану З.Д. Поповою та Й.А. Стерніним. У якості основних експериментальних методик були використані вільний, спрямований і рецептивний експерименти, експериментальне виявлення символіки. Першим етапом моделювання концепту є описання макроструктури концепту. Виявлені когнітивні ознаки концепту розподіляються за його основними структурними компонентами – образним компонентом, інформаційним змістом й інтерпретаційним полем. Інформаційний зміст концепту утворюється когнітивними ознаками, які характеризують суть і диференційні складові елементи досліджуваного концепту. Інтерпретаційне поле концепту зазвичай є дуже об'ємним і включає багаточисленні когнітивні ознаки, які характеризують ставлення народу до дружби і різноманітні енциклопедичні знання про її ознаки, функціонування, що отримані із досвіду. Окремо описується пареміологічна зона інтерпретаційного поля. Ця зона відображає інтерпретацію концепту свідомістю народу переважно в історичній перспективі. Результати дослідження паремій включені у модель концепту. Польова організація когнітивних ознак відображає ієрархію окремих когнітивних ознак у структурі концепту. Членування змісту концепту на ядро і периферію здійснюється за критерієм яскравості когнітивних ознак. Яскравість когнітивної ознаки визначається кількістю асоціатів, що об'єктивують цю ознаку під час аналізу результатів асоціативних експериментів і тлумачних словників. Слід зазначити, що тлумачні словники української мови подають лише невелику кількість цих ознак, що не відображає повністю структуру концепту. Проведення експериментальних методик дає змогу зробити це більш ефективно.

Ключові слова : концепт, дружба, когнітивні ознаки, модель концепту, ядро концепту, периферія концепту, асоціації.