

який вимагає поєднання мовної компетентності, фахових знань у сфері інформаційних технологій та розуміння міжкультурних відмінностей.

Систематизація німецької ІТ-термінології, створення двомовних електронних баз даних і використання нейронних перекладацьких систем із вбудованими термінологічними словниками є перспективними напрямками подальших досліджень.

Результати дослідження можуть бути використані у практиці технічного перекладу, у викладанні дисциплін із німецької мови за професійним спрямуванням, а також при укладанні словників та глосаріїв для ІТ-сфери.

Джерела та література

1. Doherty S. «The Impact of Translation Technologies on the Process and Product of Translation» *John Benjamins Publishing Company*, English. 2016, 260 p.
2. Kußmaul P. «Funktionale Ansätze in der Übersetzungswissenschaft» *Narr Francke Attempto Verlag*, German. 2008, 245 p.
3. Nord C. «Textanalyse und Übersetzen: Theoretische Grundlagen, Methode und didaktische Anwendung eines Modells der übersetzungsorientierten Textanalyse» *Julius Groos Verlag*, German. 2005, 260 p.
4. Noll R. «Assessing GPT and DeepL for Terminology Translation» *Springer Nature*, English. 2025, 284 p.
5. Reiner A., Heribert P., Klaus-Dirk S. «Einführung in die Terminologearbeit» *Georg Olms Verlag*, German. 2021, 342 p.

ПЕРЕКЛАД ГЕНДЕРНО МАРКОВАНОЇ ЛЕКСИКИ В СУЧАСНИХ ЗМІ

Кобзар Олена,
професор кафедри української, іноземних мов та перекладу
Полтавського університету економіки і торгівлі,
доктор філологічних наук, професор

Сучасні медіа – це не просто дзеркало подій, а потужний інструмент, що формує наші погляди, цінності та, навіть, мовні звички. В англomовному світі, зокрема в США та Великій Британії, медіа вже багато років активно впроваджують так звану «інклюзивну мову». Головний її принцип – уникати вказівки на стать людини там, де це не є важливим. Наприклад, замість *policeman* (поліцейський) чи *actress* (актриса) вони дедалі частіше

використовують *police officer* (поліцейський офіцер) та *actor* (актор) для всіх. Така тенденція відображає зміни та прагнення до рівності в суспільстві.

Переклад такої лексики українською мовою створює деякі проблеми. Українська мова влаштована інакше: вона має граматичну категорію роду, і ми змушені постійно обирати між «він» та «вона». Перекладач опиняється на роздоріжжі. Переклад слова «*doctor*» в англійському тексті викликає у перекладача труднощі, як відтворити його українською мовою: «*Лікар сказав*» чи «*Лікарка сказала*». Будь-який вибір – це вже не просто переклад слова, а певна соціальна позиція. Саме тому аналіз перекладацьких стратегій є таким важливим.

Мета цієї роботи – проаналізувати, як і чому українські перекладачі та редакції медіа обирають ті чи інші способи передачі гендерної лексики з англomовних ЗМІ. Ми спробуємо зрозуміти, чим вони керуються – звичкою, зручністю, ідеологічними поглядами чи редакційною політикою видання.

Ми спираємося на праці відомих дослідників мови та суспільства Джудіт Батлер та Дебори Камерон [1; 4]. Їхня ключова ідея полягає в тому, що мова не просто описує нашу реальність – вона її створює. Те, як ми говоримо про жінок і чоловіків, напpямy впливає на те, як ми їх сприймаємо. Гендер – це не щось незмінне, а соціальна роль, яку ми «граємо» щодня, і мова – головний інструмент у цій «грі». Переклад медіатекстів стає важливою частиною цього процесу. Залежно від обраних слів, перекладач або підсилює старі стереотипи (наприклад, що «професор» чи «політик» – це завжди чоловік), або допомагає їх змінити, роблячи жінок видимими у мові.

Головна проблема для перекладача – це фундаментальна різниця, або «асиметрія», між двома мовними системами. Англійська мова за своєю природою легко стає нейтральною. Її граматики майже не звертає уваги на стать, наприклад, слово «*actor*» (актор) давно вживається для позначення як жінок, так і чоловіків.

В українській мові граматичний рід присутній у більшості частин мови: «*студент*» – «*студентка*» (іменники), «*талановитий*» – «*талановита*» (прикметники), «*він*» – «*вона*» (займенники), «*написав*» – «*написала*» (дієслова).

Особливо складною є проблема відтворення англійського займенника *they* (вони) в однині. В англійських медіа його використовують у таких випадках: 1) коли стать людини невідома («*Ask a student what they think*»); 2) коли людина не відносить себе ані до чоловіків, ані до жінок (небінарні особи). В українській мові прямого відповідника немає. Перекладач змушений або обирати один із родів («він» чи «вона»), що спотворює оригінал, або використовувати незграбні конструкції на кшталт «він/вона», або повністю перебудовувати речення.

Аналіз текстового матеріалу таких видань, як *The Guardian*, *The New York Times*, *BBC*, та їхніх перекладів на сторінках популярних українських медіа («Українська правда», «Дзеркало тижня», *Liga.net*), дозволив нам виділити три основні стратегії, які використовують перекладачі.

Перша стратегія – це **використання фемінітивів** (або «стратегія видимості»), коли перекладачі цілеспрямовано вживають жіночі форми слів для позначення професій, посад та видів діяльності жінок: професорка, дипломатка, очільниця, міністерка, соціологиня, генералка. Для цього використовуються продуктивні суфікси -к-, -ин-, -иц-. Головна мета – зробити жінок видимими у тексті. Це руйнує стереотип, що певні професії є «чоловічими». Ця стратегія повністю відповідає новому Українському правопису (2019), який офіційно закріпив фемінітиви в мові [3]. Найчастіше її обирають видання з чіткою проукраїнською та прозахідною ліберальною позицією.

Другий підхід – **традиційний** – полягає у використанні іменників чоловічого роду (*директор, лікар, посол, академік*) як універсальних назв, що нібито підходять для позначення всіх людей, незалежно від статі. Це спирається на давню мовну традицію, коли чоловіча форма вважалася «нейтральною» та «стандартною» [2, с. 47]. На практиці перекладачі обирають цей шлях з кількох причин: через особисту звичку, через бажання уникнути нових слів, які здаються «немилозвучними», або через переконання, що фемінітиви знижують «поважність» професії (особливо це стосується високих посад).

Третя стратегія **нейтралізації** (або уникнення) означає відтворення англійської нейтральності, не вдаючись ані до фемінітивів, ані до традиційних форм чоловічого роду. Перекладачі намагаються знайти «золоту середину». Для цього вони активно перебудовують речення. Наприклад, замість

«журналісти» пишуть «представники медіа», «працівники ЗМІ» або «медійна спільнота». Замість «лікар» – «медичний персонал» або «особа з медичною освітою». А щоб передати англійське слово «they», речення часто переписують у множині («Студенти повинні...» замість «Студент повинен...»). Цей підхід допомагає досягти формальної нейтральності, але має суттєвий недолік: текст часто стає сухим, важким для читання і переобтяженим канцеляризмами.

Отже, переклад гендерної лексики – це не просто технічна робота зі словником. Кожне рішення перекладача має ідеологічне підґрунтя. Вибір між «міністеркою» та «міністром» (про жінку) – це вибір між видимістю жінок у публічному просторі та збереженням традиційних мовних норм. Перекладач і редакція медіа, по суті, стають співавторами, які вирішують, яку саме соціальну картинку світу отримає український читач. Те, як українські ЗМІ перекладають ці слова, стає яскравим маркером їхньої соціальної позиції та готовності чи неготовності підтримувати суспільні зміни в Україні.

Джерела та література

1. Батлер Дж. Гендерний неспокій: Фемінізм та підрив ідентичності / пер. з англ. С. Віняр. Київ : Основи, 2003. 223 с.
2. Кобелянська Л., Маєрчик М. Гендер і мова: невидима присутність жінок в українській мові. *Гендерний журнал «Я»*. 2011. № 2 (28). С. 46–49.
3. Український правопис. Київ : Наукова думка, 2019. 392 с.
4. Cameron D. On Language and Sexual Politics. London : Routledge, 2006. 176 p.

РОЛЬ ПЕРЕКЛАДАЧА В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Кобзар Олена,
професор кафедри української, іноземних мов та перекладу
Полтавського університету економіки і торгівлі,
доктор філологічних наук, професор;
Горбуньова Соф'я,
старший викладач кафедри ділової іноземної мови
Полтавського університету економіки і торгівлі

У ХХІ столітті професія перекладача набуває особливого значення, адже саме переклад забезпечує глобальний обмін інформацією, знаннями та культурними цінностями. Сучасна комунікація відбувається миттєво, тому перекладач стає не лише посередником між мовами, а й між культурами,