

О. В. Комов,*канд. філол. наук,**Київський інститут інтелектуальної власності**та права національного університету "Одеська юридична академія**викладач української мови*

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГЕНДЕРНОГО УКРАЇНСЬКОГО МОВЛЕННЯ В КОМП'ЮТЕРНОМУ ДИСКУРСІ

У статті розглядаються функціонально-стилістичні особливості гендерного українського мовлення в комп'ютерній комунікації. Висвітлюється диференціація експресивно-емоційних засобів у мовленні чоловіків та жінок. Розкривається особливість використання тропів, немовних засобів у мовленні чоловіків та жінок.

Ключові слова: гендер, мовлення, комунікація, комп'ютерний дискурс, інтернет-дискурс.

Проблема гендерної диференціації українського мовлення є однією з найважливіших в українському мовознавстві. Поняття «гендер» увійшло до сучасної лінгвістичної парадигми тільки у 70-х роках минулого сторіччя. Гендерологічний напрямок було започатковано в закордонному мовознавстві, а саме, у британській (М. Адлер, Р. Макаулей, С. Ромейн) та американській лінгвістиці (Д. Камерон, Р. Лакофф).

У вітчизняній науці перші серйозні дослідження з цієї теми почали з'являтися у 80-90-ті роки ХХ сторіччя.

Гендерна проблема активно досліджується в мовознавстві. Це праці О. І. Горошко [4], Н. Д. Борисенко [2].

На сьогодні однією з пріоритетних проблем є гендерна специфіка комп'ютерного дискурсу. Поняттю «комп'ютерний дискурс» присвятили роботи такі вчені, як П. Є. Кандрашов, [6], І. Г. Асмус [1], Д. Р. Валиахметова [3] О. В. Дєдова [5] тощо.

Чоловіки та жінки говорять по-різному не тільки в повсякденному житті, у творах художньої літератури, у засобах масової інформації, а й під час спілкування в

мережі інтернет. Отже, **актуальність теми** зумовлена відсутністю комплексного дослідження гендерної диференціації українського мовлення на матеріалі комп'ютерного дискурсу.

Сучасний комп'ютерний дискурс є оперативним, динамічним, багатоакцентним носієм і продуцентом громадської думки. Крізь призму індивідуального світобачення сьогодення активно відбивається в комп'ютерному дискурсі, включно з прагматичним, соціокультурним, психологічним і гендерним чинником, виробляючи механізм взаємодії учасників комунікації та впливаючи на ці механізми. Репрезентування, класифікація знань, ідей, поглядів виявляється як цілеспрямована соціальна дія, що супроводжується вираженням суб'єктивного гендерного ставлення до їхнього змісту.

Опрацювання й аналіз комп'ютерного спілкування дозволив диференціювати найпоширеніші експресивно-емоційні засоби в мовленні чоловіків та жінок.

Аналіз мовлення жінок показує, що у їх мовленні частіше, ніж у мовленні чоловіків важливе місце місце посідають синоніми: *«Немає людини, яка найкраща у всьому. Хтось **хороший** шахматист, хтось **чудовий** повар, **прекрасна** мати і т.д.»*; *«Спробуй просто **отримати задоволення** від кожного дня і **насолодитися** кожною хвилиною та пожити для себе»*. *«Завжди знала, що вийду **заміж** не до 20 років і перед тим у нас буде цивільний **шлюб**. Не знаю чому. Напевно часте перебування за кордоном і вплив західної цивілізації... Також на мене дуже вплинула зустріч однокласників, де більшість моїх шкільних подруг вже були одружені. Вплинула не в сторону **одруження**»*. *«А твій **супруг** він і є та **друга половинка** якій ми обіцяли перед богом бути разом коли зле і коли добре»*.

Чоловіки набагато рідше вживають синоніми під час українського комп'ютерного спілкування. Синоніми, які вживають чоловіки, відносимо до контекстуальних. Наприклад: *«**Моя лялька** в'їхала в іншу **машину**. У самої ні подряпини, а машині ремонту на 5–6 тисяч»*. Уживання антонімів в українському комп'ютерному дискурсі є характерним тільки для мовлення жінок: *«А з іншого боку життя така штука, що **сьогодні** начальник – а **завтра** уже у смітниках колупаєшся»*; *«Вважаю, що хвалити треба, – і за **великі** добрі вчинки, і за **дрібні** (на перший погляд)»*; *«То все залежить, яка річ... Якщо якась **єрунда** – а чи треба вам того вибачення? А якщо щось **серйозне**, наприклад, зрада, то тут вибачайся – не вибачайся – не допоможе... як на мене»*; *«Це моя особиста думка. Але думаю багато хто погодиться, що **сьогодні** ті відвертаєшся від когось, а **завтра** хтось відвернеться від тебе»*. *«Значить так, на одному з сайтів: **чорний** колір, який був дуже модний цієї зими переходить і до модних кольорів весни 2010, далі – актуальний **білий** колір»*. *«Цього року замітила, що в моді подовжений верх – **довгі** футболки і туніки. **Коротенькі** спіднички вже напевно трохи приїли, бо в нових колекціях їх небагато»*.

Оказіональна лексика заповнює ті тематичні простори в комп'ютерному дискурсі, які з найбільшою повнотою демонструють зміни, що відбуваються в житті суспільства: *«**Літо з дзідзьом** було кульне!!!!»*; *«А в магазинах або дорого, або є такі схожі на **савденівські**, то там продавці «кусаються»...»*.

Використання тропів і стилістичних фігур у мовленні чоловіків і жінок відбувається по-різному. В мовленні обох статей вживаються різні за характером художні засоби. Так, у мовленні жінок на форумах частіше використовується метафора, метонімія, сутність яких у структурно-смысловій інновації, яка актуалізується на синтагматичному рівні: *«Авторка теми питає місця де **бродить кохання**?») Та всюди.....на вулиці, в крамниці, в громадському транспорті, в інтернеті, короче в тих місцях де ходять люди)) але один може те кохання зустріти а інший все життя так і*

не знаходить половинки»; «А я шукала, щодня шукала. **«завтра» всеж таки прийшло** А основне вірила що от завтра, о ні напевно післязавтра. І от дякую Богу що. Ура!!!!!!!!!!!!!!!»; «Хтось з психологів колись сказав – **«Діти харчуються молоком та похвалами»** Рівно ж як і дорослі – коли мене хвалять, в мене **виростають кришишилааа**, і я потрійно готова до нових добрих діл, вчинків та звершень»; **«Золоті слова!!!** адже нам приємно, коли нас хвалять, то чому ж не похвалити кохану половинку. іноді навіть за якусь дрібничку. але ж життя і складається з таких дрібничок»; «Вам коли-небудь хотілося **«роздавити» кохану людину?** Їй хотілося. Вона завжди і в усьому була найкращою. Краще вчилася, більше читала, багато знала. Лише в одному вона ніколи не могла перемогти його – у грі»; «Кожний в праві сам вирішувати – пробачати зраду чи ні. знаю лише одне: якщо люди дійсно посправжньому кохають один одного, то зрада практично не має шансів. тому що лише справжнє **кохання** практично **застраховане** від неї. не повністю. тому що в нашому житті напевного і точного взагалі не існує»; «Купила наш безфосфатний порошок від фірми Дакос **пере він** не дуже добре втішає лише одне що він безпечний (принамні так стверджують у магазині де його придбала)»; «Для зимового, та весняно-осіннього взуття треба дивитись, щоб була бірочка **«джіокс»** та **«гортекс»**. тоді **взуття дихає** і не промокає, навіть якщо ти встанеш і постоїш в калюжі. з нашими зимами для мене якраз! до речі, якщо пошукати, то можна знайти хорошу модель за помірну ціну. а от літнє взуття стараюсь купляти дешевше, найчастіше на краківському. у мене питання... а хто де білизну купляє? на базарі не поміряєш нормально, а в магазинах або дорого, або є такі схожі на савденівські, то там **продавці «кусаються»...**»; «Займіться собою, розвивайтесь, щоб бути комусь цікавою. Плюс, додаткові всякі гуртки, бібліотеки, хобі – чудова можливість завести знайомства зі спільними інтересами і вже автоматично **«відфільтрувати» потенційних чоловіків**». Знаєш, думаю в тебе від цього зявиться новий **блиск в очах** та щось таке невловиме, що **притягне** твого обранця до тебе. Однак ніколи при цьому не забувай чому ти все це почала і де була відправна точка».

У мовленні жінок частіше, ніж у мовленні чоловіків спостерігається іронія, яка створюється експресивним контрастуванням мовних одиниць, певною суперечністю з найближчим оточенням, наприклад: «Напевно не варта просто сидіти, закрившись вдома. Це те, що я можу сказати із впевненістю. Бо твій **принц ніколи не здогадається до якої із тисяч шпаківень Львова причалити свого білого швидкісного коня**». Основними образними конкретизаторами в таких випадках є побутовизми – назви речей господарського вжитку, свійських тварин тощо.

Емоційно-експресивна інформація тексту, крім загального чуттєвого тону висловлення, у мовленні жінок може передаватися низкою мовних одиниць або в комплексі, частиною цього набору мовних засобів виразності є порівняння. Наприклад: **Мама новонародженого немовляти наївна і не досвідчена, як новобранець в армії.** «Мама дворічного малюка спокійна і впевнена, **як дембель.** Мама трирічної дитини це **спецназ**» «В нього це почало пробуджувати азарт. а мене особисто обурювало. **наче на інтелект-шоу**»; «Якщо чоловік тебе називає іменами дрібних тварин, він любить домінувати у ситосунках. до жінок відноситься виключно **як до об'єкту полювання**, і, коли здобич потрапляє в клітку, інтерес до неї різко втрачає. тому з таким партнером будь дуже уважною. не дозволяй йому керувати тобою і робити замах на твою незалежність. чітко покажи йому, де закінчується його територія дій і починається твоя»; «...як на мій погляд жити з батьками не важливо чиїми це **як їсти не зі своєї тарілки**)».

У мовленні чоловіків також вживаються порівняння на означення манери поведінки та морально-етичних принципів особи, але скеровані вони переважно на негативне означення людини: *«Очі як у крота, ніздрі роздуваються, на обличчі глибокий розумовий процес. Так і хочеться калькулятор підсунути щоб швидше завдання вирішила»*; *«Ги. Моя носить як дурень з фантиками»*. *«Дівчата. Ви так ніби виростили у парнику і ніколи не мали домашніх тварин! Воно просто мусить вилазити! То природний процес! Всі линяють»*. *«Звісно кропив і яйця з медом то є супер, але повірте, що воно все одно буде вилазити 😊 Якби не вилазило то ми б ходили як батечко Фура»*. В експресивно-порівняннях у різних співвідношеннях поєднуються компоненти оцінні, емоційні, волюнтативні, образні, естетичні, тому й в уяві та мовній свідомості мовців їх сприйняття є значно ширшим, інтенсивнішим [Голоюх, 1996].

Специфікою комп'ютерного дискурсу є те, що до письмово-усного мовлення користувачів програм швидкого спілкування, вербальної мови, долучається значна кількість немовних елементів – аватари (образи, іконки, портрети мовця), смайли – система графічних символів – емотиконів (інакше – смайликів), яка була започаткована в англійській інтернет-комунікації, знайшла відображення також в українській мові. Серед стилістичних особливостей комп'ютерного дискурсу української мови особливо необхідно виокремити вживання емотикону. В українській мові в комп'ютерному дискурсі емотикони стали продуктивним засобом вираження емоцій, оскільки графічно імітують вирази обличчя, напр.: 😊 – усмішка, :(– сум; ;) – підморгування або стилізовані малюнки та ін. Найчастіше цими знаками послуговується саме користувачі чатів, форумів та конференцій. Використання «смайлів» у комп'ютерному дискурсі пов'язане з тим, що співрозмовники часто не можуть бачити один одного та емоцій, міміки та жестів того, з ким спілкуються. Використання емотикону допомагає доповнювати сенс висловлення, уточнювати його експресивно-інтонаційне забарвлення.

Аналіз комп'ютерного дискурсу показав, що жінки частіше використовують «смайлики». Це пов'язано з прагненням жінок більш емоційно передати інформацію. При цьому жінки використовують смайли-малюнки, які частіше передають позитивний настрій: *«Дивлячись в Вашу анкету, не можу погодитися, що в такому віці вже можна бути дуже придириливою... От жінки в років 30 вже з будь-ким не будуть зустрічатися, бо вже не ті принципи, інші амбіції, а Вам всього лиш 23... 😊»*; *«Чомусь чіплялися недалекі люди. Один на побачення прийшов немитий і від нього несло потом після спортзалу, один вирішив задобрити різними казками, а одного разу взагалі познайомилася з хлопцем у комп'ютерному клубі, і він запропонував мені випити з ним кави у нього вдома на Левандівці 😊»*; *«І в мене так було, ми якимось просто спілкувалися і я навіть подумати не могла, що з того щось вийде. 😊 Коліжанка ще мене підколювала, то я з неї сміялася, бо ж нічого у нас не було»*; *«Хвалю! І справді щиро 😊... часто знов і знов приходжу до думки, що я дуже щаслива людина, що знайшла свою половинку. Дуже важливо вміти показати, що ти дійсно цінуєш те, що хтось робить. От мій чоловік теж мене часто хвалить. І не раз як щось спартачу, то виникає думка: «йолки-маталки... та взагалі нащо воно мені!»*; *«А він прийде, скаже, що зовсім і не погано 😊 ggggі знову хочеться спробувати, поки не вийде. Ну а вже щось як дійсно вдалось – то я прямо відчуваю себе Нобелівським лауреатом 😊)))*, так мене вже хвалять. Резюме: хвалити треба, не обов'язково словами – своїм власним

способом, але щоб той «хтось» чітко бачив, що його цінують і люблять 😊; «Та так, пиво забавкою не назвеш. Але вподобанням – запросто. І навіть життєвою філософією. Чесно кажучи, цікавить весь список. 😊 Ну і критерій чоловічості»; «Ясненько, я неправильно зрозуміла...І ще питаннячко-обмінник лише для дорослих, чи ще можна діткам сувенірчики? Тобто заявочку можна подавати лиш після того, як вже буде сформовано подарунок??? Бо якщо ні, то як якщо поіншому сфоткати))))».

Безперечно, жінки вживають й інші «смайли-малюнки», за допомогою яких виражаються різні почуття: сум, печаль, гнів, роздратованість, втомленість, невпевненість, здивування тощо. Наприклад: «Ми з коханим мужем посвятили нині вербочку, з'їздили швиденько в КК докупити малому племіннику на дн подарунків і рибних продуктів на останній тиждень посту і так швиденько змились з того КК, бо ж народу приїжджало і приходило ого-го 😊 поїхали на обідній перекус в Лівий берег – щось захотілось фєстївську мережу відвідати 😊, але було смачно і файно, навіть нема до чого придертись 😊 погода мрачняк і щось так не хочеться того понеділка 🤡 зараз муж докімарює, я допосиденькаю і будемо збиратись на дн до племінника – 3-ій дитині мого рідного братика сьогодні вже аж 2 рочки 😊»; «Дивлюсь на ці фото і так шкодую, що в мене немає жодної під час вагітності 🤡. Гарні!»; «У мене питання... а хто де білизну купляє? 🤡 на базарі не поміряєш нормально, а в магазинах або дорого, або є такі схожі на савдепівські, то там продавці «кусаються»...»; «Мене дратують тупі люди, які часто щось з себе корчять, а на справді такими не являються. Не люблю брехливих і людей, які не вміють дотримувати слова. Ще терпіти не можу пліткарів і двулічних осіб. 🤡». «Вчені розвіяли міф про те, що чоловіки розумніші за жінок..... 🤡 Цікаво звідки походить той міф. Я завжди вважала, що навпаки, просто жінки мусять дуже багато приділяти уваги сімейним справам... 😊».

Чоловіки теж використовують емотикон, але меншою мірою порівняно з жінками. Виразити емоції, почуття чоловіки намагаються як за допомогою «смайликів-колобків», стилізованих «малюнків-облич», так і за допомогою спеціальних умовних позначок. Емоції чоловіки виражають різні. Це може бути радість, усмішка, гнів, сум, незадоволення, ствердження, заперечення тощо: «Може спішити не будемо? 🤡»; «Бажано, щоби наша влада змавпувала правильно, замінивши відповідні слова на «Україну», «української». 😊 Можна додати адаптаційний термін (хоча би кілька місяців), як у цивілізованих країнах»; «Ледве, каже, він нагнав його, бо той повертався! 🤡 Впізнаю Руслана (так зайця назвали) – то його «почерк». Тому я проти будь-яких полювань. А інстинкти – це дурня. Ми ж не собаки, щоб керуватися інстинктами».

Мовці часто вдаються до написання частини тексту чи тексту, в якому усі літери великі. Це надзвичайно посилює емоційність висловлення, що сприймається як крик: «так це питання до дівчат»; «кошмарrrrr!!! 🤡» (мовлення жінки); «Літо пройшло дуже дуже класно все було на висоті жаль що таке коротке»!!!!!!».

Отже, у використанні експресивно-виражальних засобів виявляються гендерні розбіжності в комп'ютерному дискурсі:

- функціонування експресем, тропів і стилістичних фігур у комп'ютерному дискурсі;
- необхідно вказати, що чоловіки вживають порівняння значно менше і переважно в іронічно-саркастичному значенні, а фразеологізми – здебільшого із негативною оцінкою особи. Жінки значно активніше вживають фразеологізми, крилаті вислови, тропи і, в основному, з метою висловлення переважно позитивних емоцій та почуттів. У мовленні жінок спостерігається частіше іронія, гумор. Поряд із метафорикою і фразеологізмами широко вживаються порівняння;
- активне використання емотикону (смайлів, стилізованих малюнків) у мовленні як жінок, так і чоловіків.

Література

1. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19 «Теория языка». Челябинск, 2005. 265 с.
2. Борисенко Н. Д. Гендерний аналіз у лінгвістиці. Житомир : Поліграфічний центр ЖДПУ, 2000. 260 с.
3. Валиахметова Д. Р. Письменная разговорная речь в контексте особенностей Интернет-дискурса [Электронный ресурс] // Бодуэновские чтения : Бодуэн де Куртенэ и современная лингвистика : Междунар. науч. конф. : [труды и материалы : в 2-х т.] / [под общ. ред. К. Р. Галиуллина, Г. А. Николаева]. Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2001. Т. 2. С. 7–9. Режим доступа : http://kls.ksu.ru/boduen/bodart_1.php?id=8&num=5000000.
4. Горошко Е. И. Особенности мужских и женских ассоциаций // Пол и его маркировка в речевой деятельности / [под ред. Е. Н. Шовгеля]. Кривой Рог : МИЦ ЧЯКП, 1996. С. 65–88.
5. Дедова О. В. Графическая неоднородность как категория гипертекста // Вестник МГУ. Серия 9 : Филология. 2002. № 6. С. 91–103.
6. Кандрашов П. Е. Социальный статус языковой личности в компьютерном дискурсе // Прагматика лингвосемантических интерпретаций в текстовых структурах : [коллективная монография]. М. : АПСН ; Краснодар : Куб ГУ, 2003. С. 103–110.

References

1. Asmus, N. G. (2005), *Is the Linguistic features of virtual communicative space : of thesis. cand. filol. sciences : 10.02.19 "Language of theory" [Lingvisticheskie osobennosti virtual'nogo kommunikativnogo prostranstva : diss. ... kand. filol. nauk : 10.02.19 "Teoriya yazyka"]*. Chelyabinsk, 265 s.
2. Borysenko, N. D. (2000), *The Gender analysis in linguistics [Hendernyi analiz u linhvistytsi]*, Polihrafichnyi tsentr ZhDPU, Zhytomyr, 260 p.
3. Valiakhmetova, D. R. (2001), *Written speaking in the context of features of computer-di`skoursa // Bodouin readings : of Baudouin de courtenay and modern linguistics : of International. scient. conf. : [works and materials : in 2 v.] / under the general. edit. K. Gali`ulli`na, G. A. Ni`kolaeva [Pis'mennaya razgovornaya rech' v kontekste osobennostey Internet-diskursa // Boduenovskie chteniya : Boduen de Kurtene i sovremennaya lingvistika : Mezhdunar. nauch. konf. : [trudy i materialy : v 2-kh t.] / pod obshch. red. K. R. Galiullina, G. A. Nikolaeva]*, Izd-vo Kazan. un-ta, Kazan', T. 2, ss. 7–9, [Elektronnyy resurs], Rezhim dostupa : http://kls.ksu.ru/boduen/bodart_1.php?id=8&num=5000000.
4. Goroshko, E. I. (1996), *Features of masculine and woman associations. Paul and his marking in speech activity / edited by. E. N. Shovgelya [Osobennosti muzhskikh i zhenskikh*

assotsiatsiy // Pol i ego markirovka v rechevoy deyatelnosti / pod red. E. N. Shovgelya], MITs ChYaKP, Krivoy Rog, ss. 65–88.

5. Dedova, O. V. (2002), *A graphic heterogeneity as a hypertext category* [Graficheskaya neodnorodnost' kak kategoriya giperteksta], Vestnik MGU, Seriya 9, Filologiya, № 6. ss. 91–103.

6. Kandrashov, P. E. (2003), *Social status of language personality in of computer-di`skursa / of P. E. Kandrashov // Pragmatiks of li`nguistic interpretations in textual structures : collective monograph* [Sotsial'nyy status yazykovoy lichnosti v komp'ternom diskurse // Pragmatika lingvosemanticheskikh interpretatsiy v tekstovikh strukturakh : kollektivnaya monografiya], APSN, M., Kub GU, Krasnodar, ss. 103–110.

О. В. Комов,

*Київський інститут інтелектуальної власності
та права національного університету
«Одеська юридична академія»*

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГЕНДЕРНОГО УКРАИНСКОГО ВЕЩАНИЯ В КОМПЬЮТЕРНОМ ДИСКУРСЕ

В статье рассматриваются функционально-стилистические особенности гендерной украинской речи в компьютерной коммуникации. Освещается дифференциация экспрессивно эмоциональных средств речи мужчин и женщин. Раскрывается особенность использования тропов, неязыковых средств в речи мужчин и женщин.

Ключевые слова: гендер, речь, коммуникация, компьютерный дискурс, интернет-дискурс.

O. V. Komov,

*Kyiv institute of intellectual
propertybut rights for a national university,
“Odesa legal academy”*

STYLISTIC FEATURES OF THE GENDER UKRAINIAN BROADCASTING ARE IN COMPUTER COMMUNICATION

The works of recent years have attracted attention to the study of gender differences in speech, but gender studies are still few. In the process of researching the speech of men and women, new questions arise, the answers to which have not yet been found, and the results of the work of Western scholars on this subject can certainly not always be applied to the Ukrainian language. Today, of particular interest are Internet communications, which are becoming more common and are gradually replacing other forms of communication.

The existence of differences between men and women, including language, has a multidimensional nature. The gender factor biologically, psychologically, socially and culturally influences the cognitive sphere, behavior, perception and use of language.

The work is devoted to the important problem of gender linguistics that is complex research of gender differentiation of Ukrainian speech on the material of computer discourse. The analysis of gender researches in the field of linguistics is carried out in the work. The evolution of opinions about the concept “gender” and its interpretation are analysed. The peculiarities of gender differentiation in Ukrainian speech in computer discourse are

researched. The vocal conduct of men and women in the Internet is fixed. The gender specific of Ukrainian speech on all language levels in computer discourse is determined.

The realized analysis of Ukrainian speech of men and women on the material of computer discourse will be useful in the development of linguistic standards in speech is in a network, further investigations of gender differentiation of Ukrainian speech on the material of computer discourse, deep analysis with bringing in other linguistic material which is relevant for scientific searches.

Key words: gender, speech, communication, computer discourse, Internet-discourse.