

1. *Великая Е. В.* Просодия как фактор стилеобразования (экспериментально-фонетическое исследование на материале английской сценической и спонтанной речи): дис. на соиск. уч. степени доктора филол. наук: 10.02.04. / Елена Васильевна Великая. – Москва, 2010. – 418 с. 2. *Задоріжна Н. І.* Просодичні маркери гендерної варіативності мовлення (на матеріалі англомовного дискурсу радіореклами): дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04. / Наталія Ігорівна Задоріжна. – Київ, 2009. – 226 с. 3. *Калита А. А.* Фонетичні засоби актуалізації смислу англійського емоційного висловлювання: [Монографія] / Алла Андріївна Калита. – К. : вид. центр Київськ. держ. лінгв. ун-ту, 2001. – 356 с. 4. *Лисичкіна І. О.* Просодична організація англомовного дискурсу реклами (експериментально-фонетичне дослідження на матеріалі британської телевізійної реклами): дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04. / Ірина Олексіївна Лисичкіна. – Горлівка, 2005. – 216 с. 5. *Пальянов И. П.* Эмотивность просодии британской диалогической речи и её инокультурная интерпретация: Экспериментально-фонетическое исследование: дис. на соиск. уч. степени кандидата филол. наук: 10.02.04. / Илья Петрович Пальянов. – Волгоград, 2005. – 223 с. 6. *Петрова А. Н.* Сценическая речь. – М.: Искусство, 1981. – 231 с. 7. *Фрейдина Е. Л.* Риторическая функция просодии (на материале британской академической публичной речи): дис. на соиск. уч. степени доктора филол. наук: 10.02.04. / Елена Леонидовна Фрейдина. – Москва, 2005. – 407 с.

Литовченко Д., студ.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ ІНТЕРНЕТ-СПІЛКУВАННЯ (НА МАТЕРІАЛІ БЛОГІВ, ФОРУМІВ ТА ЧАТІВ)

У статті розглядаються гендерні особливості міжособистісної комунікації в Інтернет-середовищі, аналізуються розбіжності жіночих та чоловічих повідомлень у різних типах соціальних мереж.

Ключові слова: *гендерний чинник, Інтернет-спілкування, стратегія, експресивність, оцінна лексика, лаконічність, образність.*

В статье рассматриваются гендерные особенности межличностной коммуникации в Интернет-среде, анализируются особенности женских и мужских сообщений в различных типах социальных сетей.

Ключевые слова: гендерный фактор, Интернет-общение, стратегия, экспрессивность, оценочная лексика, лаконичность, образность.

The article reviews the gender characteristics of interpersonal communication in the Internet. The differences of female and male messages in different types of social networks are under analysis.

Keywords: *gender, Internet communication, strategy, expressiveness, evaluative vocabulary, brevity, figurativeness.*

Гендерні відносини є важливим аспектом соціальної організації суспільства. Вони особливим чином виражають її системні характеристики й структурують взаємини між мовцями. Під гендерною належністю розуміється не біологічна стать, а, скоріше, соціальна роль (бути чоловіком / жінкою та здійснювати у зв'язку з цим певні функції під час комунікаційного процесу) [Кузнецова 2001, 225]. Гендерні відносини фіксуються в мові у вигляді культурно обумовлених стереотипів, накладаючи відбиток на поведінку, у тому числі й мовну, а також на поведінку особистості та процеси її мовної соціалізації. **Актуальність** роботи полягає в тому, що гендерний чинник Інтернет-спілкування, яке в сучасному світі все більше розширює свої межі, становить великий простір для досліджень, оскільки кожен Інтернет-співбесідник користується власними стильовими прийомами, лексичними одиницями та графічними засобами, які часто обумовлені його статевою належністю.

Гендерний чинник має значний вплив на перебіг комунікативного процесу між жінками та чоловіками, особливо за посередництва технічних та інформаційних засобів [Мартинюк 2004, 261]. До проблем гендерних основ інтернет-комунікації зверталися О. Горошко, А. Мартинюк, О. Земська, М. Китайгородська, Н. Розана та інші. **Мета** роботи – розглянути гендерні особливості мовлення в Інтернет-середовищі, проаналізувати основні відмінності чоловічого та жіночого стилів ведення розмови, а також визначити, у яких видах Інтернет-розмов найпомітніше виражається гендерна належність комунікантів. Хоча Інтернет-спілкування і здається максимально наближеним до повсякденного спілкування, воно має ряд специфічних особливостей – співрозмовники можуть не бачити й не чути одне одного, часто вони навіть незнайомі й мешкають у різних регіонах світу. Усі ці чинники накладають відбиток на стиль їхнього мовлення. Але основний чинник, якому ми приділимо увагу – це статева належність та її вплив на лексико-стилістичні характеристики мовлення Інтернет-користувачів.

Глобальну мережу відвідують в основному для того, щоб довідатися новини, розважитися й поспілкуватися, причому спілкування відбувається в основному за допомогою блогів, форумів і чатів. Варто зазначити, що спілкування у блогах, чатах і на форумах значно різниться, і ці відмінності зумовлені технічними особливостями цих трьох ресурсів. Користувач має можливість роздумувати скільки завгодно над власним постом у блозі, редагувати та виправляти його і відправити на сторінку ідеальний зразок тексту. На форумі у користувача є певний час на роздуми та формулювання запитання чи відповіді, але процес комунікації з іншими учасниками пришвидшується. У чатах іде безперервне спілкування, повідомлення надсилаються миттєво, і користувач одразу отримує відповідь. Через це фрази стають коротшими, більш розмовними та непродуманими [Hewitt 2005, 24–25].

Види Інтернет-спілкування значно впливають на вияв гендерних особливостей лексики та стилістики повідомлень користувачів. Наприклад, у чаті майже неможливо розрізнити, чоловік співрозмовник чи жінка, оскільки повідомлення занадто коротке й неформальне [Hewitt 2005, 25]. А от у блозі, навпаки, дуже легко відрізнити чоловіче повідомлення від жіночого на основі тих особливостей, які ми розглянемо нижче.

Відмінності між чоловічими й жіночими повідомленнями проявляються на різних рівнях мови: у лексиці, у фонетиці, у граматиці. Крім того, відзначаються розбіжності й у тактиці ведення розмов [Горошко 2003, 61].

Вважається, що найчастіше гендерні відмінності виявляються на рівні лексики. Так, О. Земська, М. Китайгородська і Н. Розанова відзначають, що жінкам властиве вживання зменшувальні форм, особливо в розмові з дітьми і тваринами, використання приблизних позначень, тенденція до гіперболізованої експресії (особливо характерна при вираженні оцінних значень), висока концентрація емоційно-оцінних слів [Земская 1993, 112]: *Just got the news that our little Willem Poes passed away yesterday. Now I'm just **bawling my eyes out**. That little monster drove me mad, but she was so sweet and I missed her terrible when she moved away. There is a **kitty heaven**, right? With rivers of cream and lots of **catnip toys**...* [Jill Shalvis]. З цього прикладу видно, що жінка сумує за кошеням, вона виражає свій сум сентиментальною лексикою та зменшувальними пестливими словами. Також жінки широко вживають іменники, прикметники та прислівники, що виражають загальну позитивну оцінку [Земская

1993, 113]: *Isn't it great when we have a life that's full of epiphanies? I feel like I have epiphanies every other day* [Conversation]. У цьому випадку слово **great** від початку несе в собі позитивне значення, а слово **epiphanies** набуває його з контексту.

Чоловікам, навпаки, властиве огрубіння мови лексичними засобами, тенденція до точності номінації, вживання термінів, використання стилістично нейтральної оцінної лексики, експресивних, зазвичай стилістично знижених засобів, активне використання багажу професійних знань поза сферою професійного спілкування [Земская 1993, 121]: *First working as an SRE - Google's oncall / infrastructure role - and then as a Developer Programs Engineer, I've learned an incredible amount, worked with some amazing people, and done some exciting things. Ultimately, though, I've decided it's time for me to move on and seek out new challenges* [Nick's Blog]. У прикладі наявні точні назви посад, специфічна професійна термінологія працівника сфери інформаційних технологій, події викладені у хронологічній послідовності, чітко й лаконічно, наявні причинно-наслідкові зв'язки, повідомлення побудоване логічно та зрозуміло. Усі ці ознаки є характерними для чоловічих повідомлень.

Дослідження чоловічого і жіночого мовлення на рівні фонетики виявляють наявність як абсолютних вимовних особливостей у промові чоловіків і жінок, обумовлених біологічно, так і вимовних відмінностей щодо конкретних фонетичних змінних. Лінгвісти відзначають, що мова жінок більш консервативна і краще зберігає регіональні риси: *'Tis a Miracle I say - I have found my waist. Not so much booty sticking out. No puddin hanging over the pants. I don't hav on a loose fittin shirt today and I'm good with that* [Florida]. У цьому прикладі письмово відображені особливості повсякденного усного мовлення жінки з характерними рисами її діалекту: опущені деякі допоміжні дієслова, написання деяких слів більше нагадує транскрипцію.

Жінки також частіше вдаються до вираження своїх емоцій інтонацією, яка в Інтернет-спілкуванні двявляється за допомогою пунктуації та смайлів [Tannen 2004, 49]: *An awesome pic of Lake Tahoe (!!!) on my way home from the dentist...;* [Jill Shalvis]; *Давно мені не було так соромно за колег-журналістів... Я не писатиму про політику чи підцензурні ЗМІ. Я збираюся написати про людей, яких мої колеги назвали «напів(!)людьми»!* [Путін]. У першому прикладі знаки оклику та три крапки передають захоплення, у другому – обурення та гнів. Про добрий настрій автора першого повідомлення свідчить також і смайл.

Чоловіки вважають за краще використовувати лексичні засоби, хоча зрідка також користуються інтонаційними засобами на позначення власного настрою [Tannen 2004, 75]: *hiiiiiiiiii:))) i just crashed on your profile and its quite lovely damnnnnn coool ... well im kunwar amit singh antil but you can call me amit or just amii :) i love making friends and would love to talk n know you more :)))* [Thorn]; *хочу дуже щоб ти і я поїхали в Карпати ... дуже гарна дівчинка, мені дуже подобаються твої фотографії! Олена ... ppp..i я тебе♥* [Блог Рома]. З наведених вище прикладів можемо побачити, що, хоча чоловіки рідко користуються пунктуаційними засобами для вираження емоцій у повідомленнях, вони інколи бівають набагато креативнішими та винахідливішими за жінок.

Що стосується синтаксичного рівня мови, жінки частіше порівняно з чоловіками використовують повторення, вживають окличні й питальні речення, для них характерні розгорнуті, докладні й експресивні речення та тексти [Пушкарева 1999, 28]: *Patriarchy. Patriarchy. The alienation from Earth, the alienation from other species, the sense of entitlement to dominate over animals, over nature, over children, over girls, over women, over people of color – I think that's at the core* [Conversation]; *Щойно бачила нестару ще жінку – років сорока-сорока п'яти – з повним ротом золотих зубів: і верхня, і нижня її щелепи палахкотіли самоварним золотом у променях післяобіднього сонця* [Золотые зубы]. Перший приклад містить повторення важливих, ключових, на думку автора повідомлення, елементів, які мають вплинути на сприйняття цього повідомлення іншими читачами. Другий приклад наочно ілюструє образність висловлювання, насиченість повідомлення експресивними елементами та засобами виразності задля того, щоб справити на читача сильніше враження, змусити його уявити собі картину, яку змальовує автор.

Окремі речення й тексти чоловіків лаконічні, предметні й менш емоційні. Дослідження писемного мовлення в цій же царині, проведене О. Горошко, виявило, що чоловічій мові, порівняно з жіночою, притаманні такі особливості: чоловіки частіше використовують підрядний, а не сурядний зв'язок; рідше використовуються неповні речення й еліптичні конструкції; зворотний порядок слів також менш властивий чоловічому писемному мовленню [Горошко 2003, 66]: *I wrote a little something about Tiger Woods from here at the Ryder Cup, and I referenced this piece that I wrote back in 2008. I realize that my archives are not*

available on the Internet at the moment. I'm working on it [Life Without]. У наведеному вище прикладі наявні лише повні речення, немає інверсії, що свідчить про прагнення чоловіка до точності та чіткості викладу повідомлення.

Також вважається, що жінки частіше за чоловіків використовують риторичні запитання; частіше, ніж чоловіки, схильні вдаватися до непрямих мовних стратегій: *No! Oh, god – are you kidding? I never would have imagined in the first part of my life that I could have stood up and said anything. Can you imagine?* [Conversation]. Ці запитання покликані привернути увагу до того, що розповідає жінка, вона ніби залучає читачів у процес розмови, фактично не розмовляючи з ними.

Також гендерні відмінності стосуються і словникового складу, семантичних полів та асоціативних рядів. Через те, що жінка більше за чоловіка зосереджена на своєму внутрішньому світі, у її словниковому запасі зустрічається і більше слів, що описують почуття, емоції, вона частіше вживає дієслова, що передають емоційно-психологічний стан людини [Кузнецова 2001, 230]: *So in a desperate panic, I called the number, my excuse ready, that I was terribly sorry, a stupid oversight, please don't cancel us . . . Only it was an automated line* [Jill Shalvis]. З вищенаведеного прикладу одразу видно, що жінка дійсно була дуже занепокоєна – слова несуть у собі значення схвильованості, речення короткі та емоційно насичені.

Жіноче асоціативне поле виглядає більш узагальненим і «гуманістичним» (природа, тварини, повсякденне життя), тоді як чоловіки асоціюють себе зі спортом, полюванням, професійною та військовою сферами. Також встановлено, що семантичні поля чоловіків і жінок при вступі в діалогічну взаємодію не збігаються, що пояснюється принциповими розбіжностями у початкових глибинних і рідко усвідомлюваних інтенціях контактуючих чоловіків і жінок [Земская 1993, 124]. Для жінок мова служить засобом, що дозволяє завести друзів і підтримувати взаємини. Для чоловіка розмовляти – означає передавати факти: *Theeeeeee Yankees Win. Sure, I will admit it: Since the start of the baseball season - really going back a year or two - I thought that the New York Yankees were in a lot of trouble* [Life Without]; *Ну от, знову цензура. На цей раз вже в журналі "Мистецтво кіно", який спочатку видався мені цілком плюралістичним (на рівні першої надрукованої мною там статті)* [Каждый]. Факти передаються стисло та лаконічно, з мінімальним емоційним забарвленням.

Що ж стосується чоловічих і жіночих тактик ведення розмови, жінка схильна частіше ставити запитання, як правило, з метою певним чином продовжити розмову. Свою незгоду з думкою співрозмовника жінка частіше висловлює мовчанням, а не відкритим словесним протестом. Жінка в розмові, як правило, більше вибачається [Tannen 2004, 56]. Чоловік намагається домінувати в бесіді, управляти її розвитком, свої наміри висловлює прямо, без натяків, не використовуючи при цьому коректні й надто ввічливі форми слів [Tannen 2004, 82]. Кількість реплік чоловіка в діалозі, як правило, більша, і за тривалістю вони коротші: *Who are these initials? Do you think people are going to the roster to look it up? Its public info just type a few more characters* [Florida]. Це, знову ж-таки, вказує на прагнення чоловіка до лаконічності та чіткості в розмові.

Таким чином, дослідження усного та письмового мовлення чоловіків і жінок показують, що різниця у використанні ними мовних одиниць не є випадковою. Своєрідність у Інтернет-мовленні різних статей дійсно існує, причому на всіх його рівнях і в будь-якій мові. Найбільше гендерний чинник реалізується на рівні лексики. Як нам здається, на сьогоднішній день особливий інтерес при вивченні гендерних маніфестацій у мовленні може представляти мова Інтернет-комунікації, яка стає все більш і більш поширеною й поступово займає місце інших форм спілкування.

1. *Горошко Е. И.* Языковое сознание: гендерная парадигма. – М., 2003. – С.61–67.
2. *Земская Е. А.* Особенности мужской и женской речи / Земская Е.А., Китайгородская М.А., Розанова Н.Н. // Русский язык в его функционировании. – М., 1993. – С. 90–136.
3. *Кузнецова А. И.* "Гендер" как категория социолингвистики // Гендер: язык, культура, коммуникация. Материалы первой Международной конференции. – М.: МГЛУ, 2001. – С. 221–233.
4. *Мартинюк А. П.* Конструювання гендеру в англомовному дискурсі. – Харків: Константа, 2004. – С. 256–288.
5. *Пушкарева Н. Л.* Женщина. Гендер. Культура / Пушкарева Н.Л., Трофимова Е.И., Хоткина З.А. – М.: МЦГИ, 1999. – С. 15–153.
6. *Hewitt H.* Blog: Understanding the information reformation that's changing your world. – Nashville: Thomas Nelson Inc., 2005. – 256 p.
7. *Tannen D.* You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation. — N.Y.: LamPub, 2004. – 198 p.
8. *Золотые зубы и наркотик крокодил:* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.echo.msk.ru/blog/may_antiwar/835986-echo/
9. *Каждый сам за себя:* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://echo.msk.ru/blog/olshanski/>
10. *Путін у гелікоптері, Обама на пляжі*

– у чому відмінність?: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bbc.co.uk/blogs/ukrainian/humenyuk/> 11. *Conversation with Jane Fonda*: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.feminist.com/resources/artspeech/interviews/janefonda.html> 12. *Florida State U.* 2012 Soccer Discussion: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bigsoccer.com/community/threads/florida-state-u-2012.1861346/> 13. *Jill Shalvis Blog*: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://jillshalvis.com/blog/> 14. *Life Without Jeter*: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://joeposnanski.blogspot.com/> 15. *Nick's Blog – Endings and beginnings*: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blog.notdot.net/> 16. *Thorn Tree travel forum*: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lonelyplanet.com/thorntree/forum.jspa?forumID=89> 17. *Блог Рома**: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sprashivai.ru/Roma604>

Лісняк С.П., к. філол. н., асист.,
Інститут філології КНУ імені Т.Шевченка

ДЕЯКІ НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ ІСПАНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ

У статті розглядаються лексичні та культурологічні особливості фразеологізмів, а також деякі національно-культурні аспекти актуалізації фразеологічних одиниць у газетно-публіцистичному дискурсі.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, національно-культурний компонент, фразеологічний образ.

В статье рассматриваются лексические и культурологические особенности фразеологизмов, а также некоторые национально-культурные аспекты актуализации фразеологических единиц в газетно-публицистическом дискурсе.

Ключевые слова: фразеологическая единица, национально-культурный компонент, фразеологический образ.

The article deals with the lexical and cultural peculiarities of the idioms, and also with some national and cultural aspects of actualization of idioms in the publicistic discourse.

Key words: idiom, national cultural component, phraseological image.

Лінгвокультурологія вивчає лінгвокультурні утворення, що виникли в результаті взаємодії мови та культури (до них відносяться і