

**Х. О. Пірська,**

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

## СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО РОМАНУ: ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ

*У статті проаналізовано тексти сучасних українських соціально-психологічних романів авторів-чоловіків і жінок. Виявлені основні концепти, представлені в їх творах. Проведений статистичний і гендерний аналіз лексики, за допомогою якої вербалізуються ці концепти. Проаналізовано особливості репрезентації концепту Гроші на підставі виокремлених за допомогою побудови конкордансів та n-грам.*

**Ключові слова:** концепт, статистичний аналіз, гендер.

*В статье проанализированы тексты современных украинских социально-психологических романов авторов мужчин и женщин. Проведен статистический и гендерный анализ лексики, с помощью которой вербализуются эти концепты. Проведен статистический и гендерный анализ этих концептов. Проанализированы особенности репрезентации концепта Деньги на основании выделенных с помощью построения конкордансов и n-грамм.*

**Ключевые слова:** концепт, статистический анализ, гендер.

*This paper presents the analysis of the modern Ukrainian social novels both of male and female writers. The key concepts presented in their works were detected. The statistical and gender analysis of those concepts was performed. The peculiarities of the representation of the concept Money were analyzed on the basis of concordances and n-grams extracted from the corpus.*

**Keywords:** concept, statistical analysis, gender.

Когнітивний підхід до вивчення мови дозволяє поєднати як лінгвальні, так і позалінгвальні дані для вивчення того, як будуються та функціонують знання про довкілля. Цей підхід дає змогу по-іншому розглядати мовні явища, зокрема ті, що пов'язані з людським досвідом.

Так само як кожна культура несе в собі певний спосіб сприйняття та організації світу, що віддзеркалюється в мові, так і соціокультурне поняття гендер накладає відбиток на мову, сприйняття та систему цінностей. Ряд соціологів, культурологів і, нарешті, лінгвістів давно довели, що «гендер» – це не міф чи примха, що виникла під впливом руху фемінізму, а впливовий чинник нашого світобачення.

Вітчизняна гендерологія репрезентована розвідками гендерного концептуального змісту на матеріалі лексики (О. Бессонова, Г. Емірсуїнова, В. Коломєєв), фразеології (С. Швачко), психолінгвістики (О. Холод), соціолінгвістики (М. Дожук, О. Петренко, О. Семиколонова, О. Теслер, А. Шиліна), дискурсивних досліджень мовленнєвої поведінки статей (О. Галапчук, Є. Дуйко, А. Семенюк, К. Цимбал), польових розвідок (А. Доронних, А. Мартинюк, О. Піщікова), аналізу гендерного аспекту художнього дискурсу (Н. Борисенко, І. Кузнєцова). Досліджують цю проблематику з позицій когнітивістики, зокрема аналізують гендерний аспект стереотипізації суспільства, враховують не тільки гендерні, але й вікові особливості, а також з'являються перші дослідження чоловічого мовлення [5]. Аналіз здійснених в Україні дисертаційних досліджень із гендерної тематики виявляє, що більшість із них виконано на матеріалі англійської мови (Ю. Абрамова, О. Бессонова, Н. Борисенко, Т. Братусь, О. Дудоладова, Н. Задоріжна, А. Мартинюк, І. Морозова, К. Піщікова, А. Птушка, А. Семенюк, Т. Тищенко, О. Ткачик), а також засвідчує підвищений інтерес до літературознавчих досліджень у гендерному аспекті, зокрема дослідження жіночої прози (О. Бажан, О. Деремедведь, Г. Седих) у світлі феміністської критики мови (О. Дорош, Т. Качак, Н. Клименко, Т. Кононенко, М. Крупка, О. Ромазан, Г. Улюра), дослідження чоловічої прози (Ю. Гончар, В. Панченко), дослідження відмінностей як чоловічої, так і жіночої прози (М. Варикаша). У сучасній українській гендерній лінгвістиці окреслилися такі напрями наукових зацікавлень: дослідження особливостей гендерної комунікативної поведінки (Н. Борисенко, І. Морозова, О. Побережна, А. Семенюк, Т. Терещенко, О. Черняк) та комунікативних стратегій (В. Зірка, К. Піщікова), дослідження номінації (О. Бондаренко, Я. Пузиренко), гендерна концептологія (Т. Братусь, А. Кисельова, Е. Мінаєва, Т. Рудюк), терміносистема (А. Шиліна), гендерна варіативність на просодичному рівні (Н. Задоріжна, Ю. Захарова, Т. Тищенко), фразеологія (З. Мацюк, В. Місеньова), гендерний аспект образності (С. Бусел, В. Слінчук), гендерний аналіз публіцистичного дискурсу (О. Волинчик, О. Дудоладова, Ю. Маслово, В. Слінчук), гендерна проблематику художнього перекладу (О. Сизова), гендерні стереотипи (А. Птушка, О. Ткачик). Незважаючи на значну кількість праць і широкий спектр зацікавлення дослідників ще рано стверджувати, що гендерна лінгвістика сформована і функціонує як самостійний науковий напрям українського мовознавства, можна говорити лише про фрагментарність досліджень, а не цілісну картину.

Гендерний аспект дослідження метафори у вітчизняному мовознавстві представлений незначним доробком. Зокрема, такі дослідники, як М. Варикаша, О. Дорош, Т. Лукьянова, А. Мартинюк, А. Птушка, Т. Рудюк лише частково торкаються цього питання у своїх працях.

У рамках нашої дисертаційної праці, кінцевою метою якої є укладання дослідницького корпусу, ми провели статистичний аналіз, що стане допоміжним засобом у дослідженні особливостей мовної картини світу чоловіків та жінок, зокрема явища метафоризації як способу мислення та пізнання. Тому ця стаття має на меті опис процесу та результатів статистичного аналізу лексики в гендерному аспекті.

На сьогодні україномовна частина корпусу складається з творів Люко Дашвар, Ірен Роздобудько, Марії Матіос, Сергія Жадана, Братів Капранових та Анатолія Дністрового.

Модель корпусу умовно можна зобразити у вигляді таблиці:

Автори-жінки (АЖ)		Автори-чоловіки (АЧ)	
Автор. Назва твору	Кількість слів	Автор. Назва твору	Кількість слів
Роздобудько І. ЛСД. Ліцей слухняних дружин.	67221	Дністровий А. Місто уповільненої дії.	64711
Дашвар Л. Мати Все.	85135	Дністровий А. Пацки: конкретний роман.	90849
Дашвар Л. Рай. Центр.	66954	Брати Капранови. Щоденник моєї секретарки.	100577
Дашвар Л. Село не люди.	60755	Жадан С. Ворошиловград.	87147
Дашвар Л. На запах м'яса.	22807		
Матіос М. Солодка Даруся.	40412		
Загалом: 343284		Загалом: 343284	

Для проведення статистичного аналізу ми використовуємо багато платформний інструмент для корпусних досліджень AntConc3.2.4w. З його допомогою будемо перелік унікальних словоформ та їх частотності: АЖ – 50441, АЧ – 50228. Для подальшого дослідження утворюємо перелік словоформ із частотністю 20 і більше. Отже, ми отримали два частотних словника з загальною кількістю словоформ: АЖ -1938, АЧ – 1839. Кількісний аналіз решти слів показав, що словниковий запас авторів-жінок є більшим та різноманітнішим.

Наступним кроком є визначення частини мовної належності та приведення до початкової форми слова. На жаль, ця процедура вимагає значних затрат часу, оскільки не існує програмного забезпечення для проведення лематизації.

Загальний частотний аналіз частин мови показав, що чоловіки частіше вживають дієслова, натомість жінки іменники, що може наштовхнути на думку про більшу готовність чоловіків до дії.

Займенник «я» трапляється у чоловіків значно частіше, ніж у жінок, що може свідчити про більший ступінь егоцентричності. Окрім цього виявилось, що жінки частіше вживають слова заперечення (пор. АЧ – 0,02916 %, АЖ – 0,03146% від загальної кількості слів), однак група слів на позначення заперечення в чоловіків за своєю різноманітністю кількісно переважає.

Під час аналізу виокремлено такі концептосфери: Залежність, Артефакти, Бажання, Дім/Оселя, Зорове сприйняття, Мислення, Мовлення, Місце, Міра, Якість, Напрямок, Невербальна комунікація, Предмети одягу, Природа, Робота/Праця, Родина, Рух або його відсутність, Слухове сприйняття, Час, Частини тіла; а також домінуючі концепти: Віра, Влада, Гроші, Жінка, Любов/Кохання, Мати, Радість, Страх, Сум, Хвороба, Чоловік.

Хоча твори дібрано за соціальною тематикою, тематика романів авторів-чоловіків є більш гострою, агресивною і містить описи негативних явищ життя. Зокрема, це можна проілюструвати субконцептом Алкоголь, що належить до концепту Залежність. Зауважимо, що в жінок він є мало вираженим, а лексика, за допомогою якої цей концепт вербалізується, є значно біднішою. Окрім цього, зазначимо, що автори-чоловіки на відміну від жінок використовують такі дієслова, як *випивати*, *наливати*, що може характеризувати зосередженість на процесі, пов'язаному з цією групою.

АЧ: *пляшка* (110), *цигарка* (76), *тити* (73), *вино* (57), *дим* (46), *наливати* (39), *коньяк* (32), *пиво* (31), *карти* (29), *випивати* (26), *п'яний* (24).

АЖ: *пляшка* (27), *п'яний* (24), *пиво* (20).

Значно частіше чоловіки використовують слова, що позначають артефакти (загальна кількість слововживань 694), ніж жінки (389).

Аналіз концептосфери **Бажання** показав, що лексика на позначення *мрій* у чоловіків є не частотною, на відміну від жінок, у яких лише лексема *мрія* трапляється 37 разів.

АЧ (загальна кількість – 39): *мріяти* (15), *мрія* (12), *замріяно* (5), *замріяний* (2), *замріятися* (1), *мрійливий* (1), *мрійник* (1), *мрійництво* (1), *омріяний* (1).

АЖ (загальна кількість – 97): *мріяти* (47), *мрія* (37), *омріяний* (4), *замріяний* (3), *замріяно* (2), *вимріяний* (1), *замріятися* (1), *мрійючі* (1), *мріялося* (1).

Ще однією концептосферою, якій властиві численні вербалізації є **Дім/Оселя**, до якої ми зараховуємо не лише ті слова, які асоціюються з рідною оселею, але й ті, що можуть бути пов'язані з домом як приміщенням. Проте зауважимо, що ця концептосфера в жінок відрізняється лексичною різноманітністю та чисельністю (пор. загальна кількість згадувань концептосфери Дім/Оселя: жінки – 3000, чоловіки – 2081 слововживань). Також в авторів-жінок домінує лексика, що позначає невербальну комунікацію, час і природу.

Чоловіки частіше вживають слова, що належать до концептосфер Мислення, Предмети одягу, Якість, Частини тіла, Зорове сприйняття. Окрім цього, в авторів-чоловіків виявлено високу частотність жаргонної лексики, що практично не використовується жінками.

Уживання слів, що вербалізують домінуючі концепти кількісно характеризуються так:

**Віра.** АЧ: *Господь* (66), *божий* (65), *душа* (61), *вірити* (35), *священик* (35), *Бог* (26), *церква* (24); АЖ: *Бог* (178), *душа* (135), *Господь* (81), *диво* (34), *повірити* (32), *гріх* (31), *церква* (27), *рай* (25), *біс* (23), *віра* (22), *дідько* (22).

2) **Влада.** АЧ: *міністр* (57), *сила* (39), *вибори* (31), *директор* (31), *президент* (26), *генерал* (25), *володар* (24); АЖ: *директорка* (345), *наказувати* (75), *сила* (65), *влада* (24), *приймальня* (22), *міліція* (21), *депутат* (20).

3) **Гроші.** АЧ: *гроші* (199), *бізнес* (89), *кишеня* (65), *купити* (64), *банк* (57), *бабки* (51); АЖ: *гроші* (143), *кишеня* (44), *бакси* (21).

4) **Жінка**. АЧ: жінка (293), дівчина (143), дружина (114), бабуся (43), віця (сленг) (40), тьолка (сленг) (30), дівчинка (27), сестра (27), баба (26); АЖ: дівчина (359), пані (350), жінка (265), нянька (170), матір (105), дружина (97), донька (68), мадам (54), дівча (51), дівчинка (31), лялька [для чоловіка] (31), хазяйка (31), вихователька (22), вчителька (22), білявка (21), аборт (20).

5) **Любов**. АЧ: любити (199), серце (46), почуття (35), цілувати (28); АЖ: серце (132), любов (118), любити (117), обіймати (50), прощати (29), кохання (27), вибачати (23), тепло (20).

6) **Мати**. АЧ: матір (143), мати (119), дитина (114), маман (57), мама (45); АЖ: мама (476), молоко (50), матуся (23), мамка (20).

7) **Радість**. АЧ: сміятися (197), посміхатися (88), радісно (54), реготати (46), весело (39), усміхатися (38), сміх (36), засміятися (35), смішно (24); АЖ: усміхатися (114), розсміятися (71), щастя (69), всміхатися (61), посміхатися (51), радість (45), весілля (36), подарунок (29), засміятися (25), весело (24), свято (20).

8) **Страх**. АЧ: страшно (36), боятися (33), перелякано (30), страх (24); АЖ: страх (44), перелякатися (33), страшно (29), знітисися (24), боятися (23), тремтіти (22).

9) **Сум**. АЧ: смерть (59), плакати (54), сльоза (51), біда (38), шкода (36), жаль (26), сумно (26); АЖ: зітхати (82), смерть (71), біда (50), померти (48), сумно (45), шкода (45), сльоза (42), гірко (34), плакати (27).

10) **Хвороба**. АЧ: кров (92), біль (58), боляче (36), боліти (34), тьма (24); АЖ: лікар (160), лікарня (77), біль (53), кров (52), пігулка (23), хворий (22), здоровий (20).

11) **Чоловік**. АЧ: чоловік (186), пацан (сленг) (142), брат (116), вітчим (108), дід (95), хлопець (86), батько (79), син (61), придушок (50), лох (сленг) (39), штемп (сленг) (37), дядько (34), директор (31), дурачок (29), мужик (сленг) (29), синок (28), чувак (сленг) (25); АЖ: чоловік (355), хлопець (174), дядько (154), тато (133), син (132), брат (82), батько (49), пан (37), хлопчик (25), мужчина (22), офіцер (22).

За допомогою побудови конкордансів та п-грам ми виокремили типові контексти для термінів концепту **Гроші**.

Автори-жінки для позначення великих сум грошей використовують такі словосполучення, як *не слабі гроші, непогані/конкретні/великі гроші, немалий стос грошиків*, а для їхньої відсутності або недостатньої кількості – вислів *смішні гроші* («Що ж, цілком пристойний вигляд... А грошей, мабуть, не густо. І це теж непогано» [Дашвар Л. Мати все]). Вислів *гроші не пахнуть* представлений авторською трансформацією *гроші смердять* на позначення того, що джерело грошей все ж таки має значення («І все виявилось брехнею! Гроші смерділи. Переможців саджали і судили» [Роздобудько І. ЛСД]). Нездатність до самостійного мислення, ухвалення рішень тощо підкреслено за допомогою метафори («Світ тримається на більшості. За великим рахунком, ця більшість, м'яко кажучи... не здатна мислити самостійно. І саме вона допомагає сильним світу цього заробляти гроші на своєму ж невігластві, глупстві, темноті» [Роздобудько І. ЛСД]). Окрім цього, жінки вживають словосполучення *міфічні гроші* на позначення неіснуючих грошей («Іветта ледь стримувала лют, пояснювала: вона тим грошам міфічним не хазяїн» [Дашвар Л. Мати все]). Також простежуємо негативну властивість грошей як рушійної сили, що спонукає людину до продажності, наприклад *женитися за гроші* («Продажне! За гроші ладне божевільному під бік!» [Дашвар Л. Мати все]). Авторі-жінки звертають увагу на всемогутність грошей («А гроші так швидко усе залагоджують...» [Дашвар Л. Райцентр]), і навпаки вважають, що *справа не/не тільки в грошах*. Гроші виступають як характеристика людини, як засіб самоствердження: *вигляд на мільйон баксів* («...тільки зароблені гроші надають людині відчуття шляхетності і поваги», «...з двома звивинами в мозку, але «при грошах» [Роздобудько І. ЛСД]), «...грошовитий поляк саме шукав вправну бригаду остарбайтерів» [Дашвар Л. Райцентр]), збагачення, шляхом психологічного тиску, як риса людини *витягувати з когось гроші*. Марнотратство описано за допомогою висловів: *гроші вилітають, фіткати гроші (грошики)*. Цінність чого-небудь підкреслено за допомогою Метафори Ціни іменник на позначення оцінюваного явища + кількість грошових одиниць *порада/розмова на мільйон баксів*.

Порівняно з вербалізаціями концепту Гроші в текстах авторів-жінок вербалізації цього концепту у «чоловічих» текстах характеризується більшою різноманітністю, а також наявністю ненормативних слів.

Незаконне, здебільшого насильницьке привласнення грошей авторі-чоловіки ілюструють прикладами: *ставити на бабки, витрушувати бабки, скачати бабки, кинути на бабки, пробивати на бабки, відмивати бабло/гроші, вибивати бабло, трусити на бабло, тирити гроші* («...поки гуманоїди гроші крутять. – Чай, каву будете?» [Брати Капранови. Щоденник моєї секретарки], «...он ідуть мої гроші, якщо він не приніс, я його порву» [Дністровий А. Пацики]). Як і жінки, автори-чоловіки вважають гроші рушійною силою та асоціюють їх із продажністю, наприклад («Ти думаєш, я через бабки почну зливати своїх друзів?» [Жадан С. Ворошиловград], «...доказів того, що гуманоїди підгодовують його бабками за затримку платежів» [Брати Капранови. Щоденник моєї секретарки], «Ну, заплатили б трошки більше. **Бабло перемагає зло!** – Ти б бачив цю картину на суді!» [Брати Капранови. Щоденник моєї секретарки]), однак цьому можна знайти й поодинокі заперечення («Йому дуже прикро, але гроші тут не вирішують» [Брати Капранови. Щоденник моєї секретарки]). На відміну від авторів-жінок, чоловіки приділяють більше уваги відсутності або повній розтраті грошей, і для цього застосовують сленгові іменники *бабло та бабки* («Ви що – про \*ли моє бабло? – здивувався я» [Жадан С. Ворошиловград]). Кількісні характеристики грошей описано за допомогою таких висловів, як *непогані бабки, пристойні бабки/гроші, серйозні бабки, серйозне бабло, великі/маленькі/якісь там/гарні гроші, гроші [течуть] рікою, грошей навалом* («У церквах зараз все, як у Макдональдсі, і гроші там не менші» [Брати Капранови. Щоденник моєї секретарки], «Відкриємо тут твою громадську приймальню – і гроші можна буде возами возити, нікого не боячись» [Брати Капранови. Щоденник моєї секретарки], «...батько, здається, доктор історії, у них грошей кури не клюють, не кажучи вже про ділові зв'язки» [Дністровий А. Місто уповільненої дії]). У час розвинених інформаційних технологій гроші втрачають своє фізичне втілення в купюрах, що стало

підставою виникнення метафори *живі гроші* («*Це ж фактично живі гроші*» [Брати Капранови. Щоденник моєї секретарки]). Подібно як і в текстах авторів-жінок, у текстах письменників гроші виступають як характеристика людини, але здебільшого акцент поставлено на статусі чи належності до певного соціального класу («...*таким собі пупиком зі світу великих грошей*» [Брати Капранови. Щоденник моєї секретарки], «...*дорогих годинників, оправ, перснів та іншої бізнес-біжутерії. Звісно, побачивши подібну постать...*» [Брати Капранови. Щоденник моєї секретарки]). Легко зароблені гроші позначаються за допомогою вислову *дурні гроші*. У текстах авторів-чоловіків також виявлено ряд словосполучень, що стосуються заробітку, зокрема значних сум: *робити бабки/гроші, рубати бабло, заробити перші гроші, робити пристойні гроші*. А витрачання грошей позначено висловом *пропивати гроші* («...*через алкоголізм вітчима та його пропивання грошей...*» [Дністровий А. Пацки]). За аналогією до вислову *стрільнути сигарету* утворено вислів *стріляти бабки*.

Отже, проведений статистичний аналіз показав, що в авторів-чоловіків найчастотнішою частиною мови є дієслово, а жінки надають перевагу іменникам. Письменники частіше вживають особовий займенник «я», ніж жінки, а ті, у свою чергу, більше використовують слова на позначення заперечення. Крім того виявлено, що лексика жінок порівняно з чоловіками є різноманітнішою.

Отримані результати аналізу дають підстави зробити висновки, що домінуючими концептами в текстах письменниць є Віра, Жінка, Любов/Кохання, Мати, Радість, Страх, Сум, Хвороба, а для чоловіків Гроші, Чоловік. На основі дослідження вербалізації та метафоризації згаданих концептів можна буде дійти висновків про особливості мовлення авторів-жінок та авторів-чоловіків. Окрім того, як засвідчив попередній статистичний аналіз тексти сучасного соціально-психологічного роману є цікавим матеріалом для дослідження гендерних відмінностей. Значущим виявився концепт Гроші, що відображає сучасну культурну та політичну дійсність. У сучасній українській літературі представлені традиційні уявлення про гендерні ролі. Такі концепти, як Дім, Родина, Віра, Жінка/Мати, Чоловік не втрачають своєї значущості, але набувають нових відтінків.

#### Література:

1. Горошко Е. И. Гендерные исследования в языкознании (к проблеме становления метода) [Электронный ресурс] / Е. И. Горошко // Культура народов Причерноморья. – 2004. – № 49, Т. 1. – С. 128-130. – Режим доступа : [http://www.nbu.gov.ua/Articles/Kultnar/knp49\\_1/knp49\\_1\\_128-130.pdf](http://www.nbu.gov.ua/Articles/Kultnar/knp49_1/knp49_1_128-130.pdf)
2. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты: монография / А. В. Кирилина. – Москва : Изд-во «Инст-т социологии РАН», 1999. – 180 с.
3. Кирилина А. В. Лингвистические гендерные исследования / А. В. Кирилина, М. В. Томская // Отечественные записки. – № 2 (23). – М., 2005. – С. 112-132.
4. Малахова О. Гендер у сучасній українській лінгвістиці: джерела й перспективи / О. Малахова // Зб. мат. наук.-практ. конф. «Гендерна освіта – ресурс розвитку паритетної демократії». – 2011. – С. 366-369.
5. Сорокіна Л. Є. Гендерні студії: здобутки та перспективи досліджень / Л. Є. Сорокіна // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2010. – № 51. – С. 220-223.