

МОВА І ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Іваськів М.Є.

студентка,

Науковий керівник: Левченко О.П.

доктор філологічних наук, професор,

Національний університет «Львівська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ВИСЛОВЛЮВАНЬ КОРИСТУВАЧІВ СОЦМЕРЕЖІ ВКОНТАКТЕ: ГЕНДЕРНОЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ КОМЕНТАРІВ

Проблема гендерних відмінностей комунікативної поведінки тривалий час перебуває у центрі зацікавленості дослідників. Проте із розвитком комп'ютерних технологій, зокрема Інтернет-технологій, різні аспекти віртуального спілкування потребують вивчення. Дослідники дійшли висновку, що гендерні відмінності простежуються на всіх мовних рівнях [6-7; 11].

Дослідження закордонних вчених Інтернет-комунікації з'явилися на початку 90-х років минулого століття [23; 25; 27], натомість в Україні цю проблематику почали опрацьовувати дещо пізніше через відсутність широкого розповсюдження Інтернету.

Питання гендерної лінгвістики висвітлено у працях І. Жеребкіної (гендерна теорія суб'єкта), Н. Лавриненко (гендерні стосунки в сім'ї, гендерна нерівність в Україні, методологічні підходи до вивчення інституту гендера), Л. Малес (гендер у ЗМІ, гендерна дискримінація), С. Оксамитної (гендерні ролі та стереотипи).

Гендерні проблеми Інтернет-комунікацій та інформаційного суспільства висвітлено у працях В. Суковатої (гендерна теорія, квір-теорія), С. Федушко (гендерний аналіз користувачів Веб-спільнот, методи верифікації персональних даних користувачів Веб-спільнот), А. Пелещишина (шляхи розвитку Веб-спільнот, верифікація персональних даних користувачів, поведінка учасників Веб-спільнот, гендерний аналіз мови користувачів Веб-спільнот), О. Горошко (гендерні аспекти Інтернет-комунікації, вплив соціальних медіа на комунікативні процеси, лінгвістика інтернету, цифрова нерівність статей).

Сьогодні завдяки появі соціальних мереж надзвичайно великий відсоток спілкування відбувається власне в мережі. Незнайомі люди обговорюють різні теми та висловлюють свої думки у формі коментарів до дописів. Саме для такого «тематичного» спілкування користувачі об'єднуються у спільноти (або групи) у соціальних мережах. Їхня кількість збільшується невпинно, охоплюючи абсолютно всі напрямки зацікавлень, бажань, поглядів і т. ін. Звісно ж, не обходиться й без стереотипних «жіночих» та «чоловічих» груп, на кшталт спільнот про різні способи догляду за зовнішністю чи спільнот про автівки та спорт.

Низка аспектів, зокрема гендерний аспект, віртуального спілкування у спільнотах соціальних мереж залишається майже не дослідженим, саме тому гендернолінгвістичне дослідження коментування дописів у соцмережах є надзвичайно актуальним.

Мета дослідження – описати специфіку мовлення представників чоловічої та жіночої статі в соціальній мережі ВКонтакте.

Матеріалом дослідження послуговували тексти коментарів із соцмережі «ВКонтакте», зокрема коментарі «нейтральної» спільноти «Так люблю той Львів, що бракує ми слів;»)» (режим доступу: <http://vk.com/lviv1256>). Із текстів, розміщених на сторінці згаданої спільноти, рандомно вибрано 200 українськомовних коментарів, серед яких 100 коментарів належать представникам чоловічої статі, стільки ж – представникам жіночої статі. Для отримання точніших результатів до вибірки вилучено лише один коментар того чи іншого користувача (200 коментарів = 200 різних користувачів). Стаття було визначено відповідно до імен та самоідентифікації користувачів у соцмережі.

Дослідження складалося з чотирьох етапів.

На першому етапі здійснено аналіз вікових характеристик користувачів. Аналіз показав, що середній вік користувачів-жінок становить 24 роки, а користувачів-чоловіків – 21 рік. Серед коментаторів, 58% жінок та 66% чоловіків приховали свій вік. Максимальний вік жінок та чоловіків: 45 та 38 років відповідно. Мінімальний вік користувачів – 13 років для представників обох статей.

На другому етапі здійснено кількісний аналіз коментарів. Цей аналіз показав, що середня довжина речення у представників жіночої статі становить 6,1 слів; представників чоловічої статі – 5,8 слів. Також було встановлено максимальну довжину висловлювань жінок та чоловіків, що відповідно становить 38 та 33 слова. Значний обсяг речення висловлювання можна пояснити відсутністю знаків пунктуації. Мінімальна довжина речення у представників обох статей дорівнює 0. Зазвичай такі коментарі містять лише емотикони («смайлики») різного типу або картинки.

Третій етап дослідження присвячено «якісному» аналізу, зокрема дотриманню авторами орфографічних та пунктуаційних правил. Згідно із А. Скороботом, є певні особливості, які відрізняють мову Інтернету від письмової мови. «Письмова мова завжди ретельно продумана, організована, перевірена й виправлена, ясна. Зважаючи на це, до письмової мови... менше всього відносяться чати й віртуальні світи... Деякі люди відправляють повідомлення без перевірки, не турбуючись про помилки, наприклад, в правописі...» [17, с. 128].

З метою визначити представники якої статі допускають більшу кількість орфографічних помилок проведено відповідний аналіз коментарів. Результати обчислення показали, що найбільша кількість помилок як у представників жіночої, так і у представників чоловічої статі – орфографічні помилки (15 та 21, що становить 44% та 50% усіх помилок відповідно). Ці помилки пов'язані із незнанням орфографічних правил або просто є «ненавмисними» (рідше). Під «ненавмисними» помилками матимемо на увазі такі, які користувачі допускають радше із неухважності, аніж незнання правил української мови. Наприклад, помилка у написанні слова «намагаються» (у коментарі – «намаються») у представника чоловічої статі. Хоч це і фонетико-графічна помилка, проте, вважатимемо, що коментатор допустив цю помилку з неухважності. В інтернет-текстах наявна значна кількість описок, які спричинені тим, що людина або поспішає, а отже, швидко набирає текст коментаря (листа, повідомлення), через що допускає помилку, або «не встигає за думкою», тобто людина настільки занурена в думки, що не помічає, коли, наприклад, пропускає букви у словах. Жінки допускають меншу кількість «ненавмисних помилок», ніж чоловіки (2 та 4 помилки відповідно, що становить 13% та 19%). У коментарях обох статей наявні росіянізми (10 – у жінок, 7 – у

чоловіків). У більшості слів застосовано транслітерацію для передавання російської вимови слів.

Грамматичні та стилістичні помилки можуть бути спричинені як неуважністю, так і незнанням правил у представників обох статей.

Загальна кількість помилок у представників обох статей становить: 34 помилки у жінок та 42 у чоловіків. Ці помилки трапляються у 28% жіночих коментарів та 26% чоловічих коментарів.

На четвертому етапі здійснено аналіз інвективної лексики в коментарях. «Інвектива – це образливе слово, лайка, словесний випад» [16, с. 177]. Згідно із Л. Андерсоном та П. Траджилом, є такі лексико-семантичні групи в межах поняття ненормативна лексика: лайка, сленг, неправильне вживання, недбалі вставні слова та скорочення. Автори також посилаються на Е. Ліча, який виокремив усередині лайливої лексики три семантичні групи – «слова-табу»: 1. «Брудні» слова: сексизми та скатологізми – слова, пов'язані з екскреторною (видільною) функцією. 2. Слова-назви тварин, які застосовують щодо людей. 3. Слова, які стосуються релігії/віросповідання [22]. Власне цю класифікацію й узято за основу аналізу інвективної лексики коментарів.

Я. Радевич-Винницький у книзі «Етикет і культура спілкування» зазначає, що всі інвективи з'явилися в українській мові як запозичення. Автор їх називає інвективами-варваризмами. Самі ж українці раніше використовували прокльони, наприклад «Щоб тобі голову потилицею назад повернуло!» [16].

У «жіночих» коментарях трапляється 13 лайливих (нелітературних) слів, серед них – 7 запозичених із російської мови (53% усіх лайливих слів).

1) Брудні слова у представниць жіночої статі трапляються 9 разів (69% усіх лайливих слів), серед них 1 сексизм (11% брудних слів) та 4 скатологізми (44% брудних слів).

2) Слова-назви тварин, які застосовують щодо людей, використані лише один раз (8%).

3) Слів, які стосуються релігії/віросповідання, у вибірці не виявлено.

Оскільки до класифікації входить не лише лихослів'я, але й слова-табу, то належить додати деякі групи слів, які не виокремили автори, а саме:

4) Слова зі зміненним значенням – згрубілі слова. У представниць жіночої статі такі слова трапляються двічі (15%).

5) Слова етнічної належності або раси (наприклад, *нігер*, *москаль*, *кацан*) [17]. Їхня кількість у жінок становить 1 (8%).

6) Слова-табу на позначення фінансового стану (*мажор*, *куркуль*). Таких слів у проаналізованих коментарях представниць жіночої статі не було знайдено.

Особливу увагу варто приділити графічній евфемізації. Розглядають такі графічні способи евфемії, як [15]:

– упущення середини слова (переважно літер, що позначають голосні) – синкопа;

– упущення кінця слова – апокопа;

– заміна слова в письмовому мовленні трикрапкою або зірочкою (*).

У «жіночих» коментарях графічна евфемізація є лише в одному слові. Застосована заміна частини слова на зірочку (*).

Серед усіх інвективів лише 5 (38%) використано стосовно конкретних осіб, решта випадків – це вульгаризми, які вжито для вираження емоційно-експресивної оцінки ситуації.

У «чоловічих» текстах кількість нецензурної лексики більша, а саме – 24, серед яких 13 слів – це запозичення з російської мови, що становить 54%:

1) Брудних слів знайдено 15 (62,5%). Серед них 1 сексизм (7% усіх брудних слів) та 7 скатологізмів (46% усіх брудних слів).

2) Слова-назви тварин, що застосовуються стосовно людей – 5 (21%).

3) Слова, які стосуються релігії/віросповідання відсутні.

4) Слова із зміненим значенням – згрубілі слова. У текстах представників чоловічої статі такі слова трапляються тричі, що становить 12,5%;

5) Слова етнічної належності або раси використано лише 1 раз (4%).

6) Слів-табу на позначення фінансового стану у проаналізованих коментарях представників чоловічої статі немає.

Графічна евфемізація в текстах чоловіків трапляється тричі, що становить лише 12,5%. У двох словах частина слова замінюється на знак-зірочку та три крапки. У одному випадку застосована апокопа, де закінчення слова не просто упущено, але й замінене на три крапки.

Серед усіх інвективів 12 (50%) використано стосовно людей, решта випадків – це вульгаризми, які вжито для вираження емоційно-експресивної оцінки ситуації.

Належить також зауважити, що загалом чоловіки активніше коментують дописи у досліджуваній спільноті. Можна також виокремити активних користувачів – постійних відвідувачів спільноти. Серед них також переважну більшість становлять представники чоловічої статі.

Отже, проведене гендернолінгвістичне дослідження засвідчує кількісні відмінності у коментуванні дописів чоловіками та жінками, характерні помилки користувачів різної статі, використання інвективів у чоловічих та жіночих коментарях. Здобуті результати вимагають перевірки на більшому масиві коментарів, що становить подальшу перспективу дослідження.

Список використаних джерел:

1. Горошко Е. И. Влияние социальных медиа на коммуникативные процессы [Електронний ресурс] // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Философия. Социология». – 2010. – Том 23(62). – № 3. – С. 111-117. – Режим доступа: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=219>

2. Горошко Е. И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы [Електронний ресурс] // Жанры и типы текста в научном и медицинском дискурсе. – Орел: Картуш, 2007. – Вып. 5. – С. 223-237. – Режим доступа: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=76>

3. Горошко О. И. Цифровая нерівність: гендерний аналіз (глобальна й локальна перспектива) [Електронний ресурс] // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. Соціол. науки. – 2008. – 11, № 2. – С. 3–7. – Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/VMSU/2008-02/08oigaa1.htm

4. Горошко О. И. Становлення інформаційного суспільства як фактор трансформації гендерного дискурсу // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. Соціол. науки. – 2008. – 11, № 1. – С. 6-11.

5. Жеребкина И. Субъективность и гендер. Гендерная теория субъекта в современной философской антропологии // Санкт-Петербург: Алетейя, 2007. – 312 с.

6. Комов О. В. Диференціація мовлення на чоловіче і жіноче // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство. – 2011. – № 17. – С. 73–80.

7. Корнева Л. Гендерний аспект комунікації // Філологічні науки. – 2013. – № 13. – С. 106–113.

8. Лавриненко Н. В. Динамика гендерного неравенства в постсоветской Украине // Новые социальные неравенства. – К., 2006. – С. 225-253.
9. Лавриненко Н. Гендерные отношения в украинской семье // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2010. – №.1. – С. 138-162.
10. Лавриненко Н. О новых методологических подходах к исследованию института гендера // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2006. – № 2. – С. 103-115.
11. Литовченко Д. Гендерний аспект Інтернет-спілкування (на матеріалі блогів, форумів та чатів) // Мовні і концептуальні картини світу. – 2013. – Вип. 43(2). – С. 284-291.
12. Малес Л. Гендерна сегрегація в процесі соціалізації // Філософсько-антропологічні студії. – К.: СтилоС, 2001. – С. 109–116.
13. Оксамитна С. М. Гендерні ролі та стереотипи // Основи теорії гендеру: Навчальний посібник. – Київ: К.І.С, 2004. – С. 157–180.
14. Пелешишин А. М. Методи верифікації персональних даних на основі гендерного аналізу мови користувачів Веб-спільнот // Східно-європейський журнал передових технологій. – 2010. – № 4(45). – С. 37–39.
15. Пушкар О. І. Графічні засоби вираження евфемії/дисфемії // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. – 2013. – № 10. – С. 119–121.
16. Радевич-Винницький Я. Етикет і Культура спілкування // Львів: СПОЛОМ, 2001. – 224 с.
17. Скоробот А. І. Комунікативно-прагматичний аспект Інтернет-комунікації // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер.: Філологічна. – 2013. – Вип. 33. – С. 127-128.
18. Соціальна мережа «ВКонтакте». Режим доступу: <https://vk.com>
19. Суковата В. Політики маскуліності та влади у радянській та пострадянській культурі // Філософська думка. – 2007. – № 1. – С. 36-59.
20. Суковата В. А. Квір-ідентичність у популярній культурі Заходу й України: порівняльний аналіз // Культура України. Зб. наук. праць: Харк. держ. акад. культури. – 2010. – Вип. 31. – С. 63-73.
21. Суковатая В. А. Женщина как Другой в истории утопии // Философские науки – 2008. – № 6. – С. 134-154.
22. Anderson L. G., Trudgil P. Bad Language // Oxford: Basil Blackwell LTD., Bailey L. A., 1990. – 160 p.
23. Chafetz J. Handbook of the Sociology of Gender // New York: Kluwer Academic, 1999. – 630 p.
24. Fedushko S. Determination of the account personal data adequacy of web-community member // International Journal of Computer Science and Business Informatics. – 2015. – № 1. – P. 1-12.
25. Harding S. Whose science? Whose knowledge? Thinking from women's lives // Ithaca: Cornell University Press, 1991. – 336 p.
26. Peleschyshyn A. Typical ways of web communities development // Lviv Polytechnic National University: Proceedings of the International Conference on Computer Science and Information Technologies. – 2006. – P. 56–58.
27. Tannen D. You just don't understand: Women and men in conversation / Deborah Tannen // New York: Ballantine Books, 1990. – 330 p.