

Summary
Inna Volanyuk

Language Metaphor and its Functions in the Poetry by Ivan Hnatiuk

The article deals with the functional features of metaphors as a kind of tropes in the poetical work by the writer, winner of the National Prize of Ukraine named after Taras Shevchenko Ivan Hnatiuk. Based on the study of linguistic literature, it is determined that metaphor as a linguistic unit of secondary nomination reveals the content or purpose of the unknown object through the properties and actions of the known, is a powerful means of developing and enriching the semantics and functions of words.

In specific examples, we have identified, classified and analyzed the language metaphor as a kind of artistic-figurative means of Ivan Hnatiuk's poetic works. There where indentified the functions of metaphorical transposition in the poems of the author – nominative and expressive. The compositional role of metaphors as a means of integrating poetic text has been characterized: these lexical elements combine different levels of text – logical, emotionally-shaped and connotative, creating unparalleled artistic images.

According to the results of the analysis, it is proved that metaphor is one of the peculiar receptions by I. Hnatiuk's poetry, so the study of metaphorical transferences in the artist's works allows to assess the peculiarity of his poetic skill. This artistic tool contributes to the fullest disclosure of both the originality of the poetic text and the specifics of metaphor as the basis of its linguistic imagery.

Key words: *metaphor, language unit, poetic text, function, artistic image.*

Дата надходження статті: «10» жовтня 2019 р.

Дата прийняття до друку: «05» листопада 2019 р.

УДК: 304:811.111'27:305

DOI: 10.31475/fil.dys.2020.10.21

ЛЮДМИЛА ВОРОТНЯК,

кандидат педагогічних наук, доцент

(м.Хмельницький)

Гендерні особливості англomовної Інтернет-комунікації

У статті виявлено та проаналізовано основні гендерні характеристики англomовної мережевої комунікації. Встановлено, що мережева комунікація має гендерну маркованість, яка виражається у приналежності до категорій фемінності та маскулінності. Диферентні особливості чоловічої та жіночої мережевої комунікації проявляються на лексичному, фонетичному, стилістичному та синтаксичному рівнях.

Ключові слова: *Інтернет-комунікація, мережеве спілкування, гендерні особливості, фемінність, маскулінність.*

Постановка проблеми в загальному вигляді... За останнє десятиліття ХХ і початку ХХІ століття на теренах сучасної лінгвістичної прагматики особливо посилюється інтерес до гендерних параметрів особистості. На думку вчених, цей інтерес був викликаний як зміною наукової парадигми, так і соціальними змінами, адже лінгвокультурологічні дослідження останніх років демонструють, що вітчизняну лінгвістику цікавлять поняття *гендер*, *реляція жінка-чоловік* та їхні позиції у плані більш широкого вивчення ментальності й етнокультурної специфіки.

Найбільш перспективним і обґрунтованим напрямом дослідження особливостей чоловічої і жіночої мови вважається вивчення стратегій і тактик мовленнєвої поведінки чоловіків й жінок у різних комунікативних ситуаціях, аналіз гендерних відносин у соціальних мережах та особливості конструювання віртуальної ідентичності.

Аналіз досліджень і публікацій... Останнім часом в наукових колах активно обговорюють питання статусу жінки в сучасному світі, ведуть полеміку про жіночу творчість, про вплив соціальних мереж на формування гендерних стереотипів тощо.

Висвітленню проблеми мовленнєвої поведінки чоловіків і жінок у специфічних видах дискурсів присвячені роботи мовознавців О. Синчак (автобіографічний жіночий дискурс), А. Семенюк (сімейний), О. Дудоладова (публіцистичний), О. Горошко, Л. Компанцева (інтернет-комунікація). Впродовж останнього десятиріччя гендерна проблема активно досліджується у вітчизняному мовознавстві (О. Бессонова, О. Козачишина, А. Мартинюк, К. Піщікова, О. Холод та ін.) і в російському (О. Горошко, А. Кириліна, В. Потапов та ін.). Мовлення блогерів, яке зазнає впливу фактору гендера досліджується у працях Н. Ажгихіної, О. Бессонової, Н. Борисенко, А. Волобуєвої, О. Вороніної, О. Здравомислової, О. Земської, М. Китайгородської, Ю. Маслової, Ю. Мельник, Н. Остапенко, Н. Розанової, Н. Сидоренко, Р. Федосієвої та інших. Проте, все ще не можна стверджувати, що цей напрямок є цілком вивченим.

Формулювання цілей статті... Метою статті є виявлення та аналіз гендерних характеристик англомовної мережевої комунікації.

Виклад основного матеріалу... На думку вчених, дискурсивні практики чоловіків та жінок суттєво різняться між собою, що призводить до встановлення комунікативної асиметрії на користь чоловіків і закріплює їхній домінувальний соціальний статус. Проте, варто зазначити, що комплексний аналіз комунікативної поведінки чоловіків і жінок відсутній і увага дослідників більше прикута до

фемінності, ніж маскулінності. З іншого боку, внаслідок активного використання соціальних мереж спостерігаються порушення комунікації, пов'язані з нерозумінням гендерних особливостей англomовного тексту. Таким чином, актуальність теми дослідження зумовлена недостатнім вивченням особливостей нового комунікаційного середовища, віртуальних соціальних мереж та відсутністю всебічного аналізу комунікативної поведінки чоловіків і жінок.

За такої ситуації спостерігається сталий дослідницький інтерес до виявлення гендерних нюансів різноманітних явищ та процесів, до аналізу гендерних імплікацій, наявних у різноманітних культурних контекстах. У лінгвістичних дослідженнях посилюється акцент на осмислення гендерного виміру Інтернет-комунікації, а також на всебічне вивчення особливостей жіночого та чоловічого мовлення, його відмінних та подібних рис в залежності від приналежності індивіда до певної професійної, соціальної чи вікової групи тощо.

Варто зазначити, що гендерна ідентичність конструюється у соціальній сфері та визначається соціокультурними чинниками [1], які зумовлюють ставлення суспільства до чоловіків і жінок. Таким чином, вона може досліджуватися в контексті етнолінгвістики, когнітивної лінгвістики, соціолінгвістики тощо.

Аналізуючи мовлення чоловіків та жінок, вчені доводять, що існують певні відмінності між тим, як розмовляють і пишуть чоловіки, і тим, як це роблять жінки. А відтак, доцільно враховувати особливості мовленнєвого стилю чоловіків і жінок.

Доречно наголосити, що у рамках гендерних лінгвістичних досліджень функціонують два основні поняття – стать (sex) і гендер (gender), які часто помилково вживаються синонімічними. Стать – це сукупність анатомо-фізіологічних ознак людини. Гендер же трактується як «специфічний набір культурних характеристик, що визначають соціальну поведінку чоловіків та жінок та їхні взаємовідносини» [1]. У лінгвістиці гендер розглядається як когнітивний феномен, що проявляється як у кліше, так і в особливостях мовленнєвої поведінки комунікантів [1].

Гендер (соціальний чинник), і стать (біологічний чинник) знаходяться у фокусі сучасних лінгвістичних вчень. Адже було проведено безліч досліджень, спрямованих на виявлення відмінностей у роботі мозку, що залежав би від біологічної статі. Біологічні дослідження вже давно довели, що жінки і чоловіки за природою різні – не тільки в своїй анатомії, а й у своїй сутності. Проте науковці не

можуть дійти спільної думки про вплив на мовленнєву діяльність біологічних чинників. Існують положення про те, що жінки народжуються з кращими вербальними (мовленнєвими) можливостями, ніж чоловіки. Натомість, чоловіки від народження володіють ліпшими можливостями візуального та просторового сприйняття [2].

Тереза де Лауретіс, культуролог і філософ, заперечуючи біологічні детермінанти гендеру, відзначала наступне: «Гендер – це, радше, складовий ефект різних репрезентацій, продукт різних соціальних інституцій – сім'ї, системи освіти, мас-медіа, медицини, права, але також, що менш очевидно, мови, мистецтва, літератури, кіно, наукових теорій», таким чином, гендер для де Лауретіс – це процес і результат (ефект) уявлення певних ідей, від нормативної статевої ідентичності до повної її зміни, в тому числі через проміжні стадії (трансгендери, трансвестити і ін.) [3].

Наведені трактування терміну доводять залежність свідомості індивіда від стереотипів своєї мови, оскільки в кожному з них мова позиціонується або як форма подання, або як форма конструювання гендеру. Вважається, що свідомість кожної людини фіксує в собі певну сукупність текстів, які і визначають відношення людини до дійсності і її поведінку, природно, опосередковані дискурсивною практикою.

Дослідники зазначають основні аспекти, що пояснюють відмінності у лінгвістичних функціях за допомогою біологічних чинників, а саме: 1) дівчата швидше, ніж хлопці, проходять стадії мовного розвитку; 2) дівчата рідше, ніж хлопці, страждають від порушень мовленнєвих функцій (заїкання, проблеми з читанням); 3) у дівчат не тільки ліва півкуля головного мозку відповідає за мовленнєві функції. Жінки ліпше, ніж чоловіки, обробляють інформацію правою півкулею. Це означає, якщо ліва півкуля зазнає пошкодження, то у жінки буде менше, ніж у чоловіків, порушень у мовленні [4].

Мережева комунікація – це досить поширена форма спілкування, оскільки Інтернет поступово перетворюється на основне інтерактивне середовище активної масової комунікації. Користувачі різної статі обирають різноманітні вербальні та невербальні комунікативні стратегії у своїй вербальній поведінці.

На світогляд та вербалізацію мовленнєвої поведінки жінок та чоловіків, на думку О. Л. Бессонової, має великий вплив гендерний фактор [5, с. 39]. Відмінності між чоловічою і жіночою мовою проявляються на різних рівнях мови: на лексичному, фонетичному, синтаксичному та стилістичному.

Варто відмітити, що на лексичному рівні відмінності є найбільш

виразними. Так, на думку О. Земської, М. Китайгородської і Н. Розанової, для вираження позитивної оцінки жінки часто вдаються до використання прикметників, прислівників, вживають більшу кількість займенників [6]. Наприклад, Megan Ellaby: «*I've got some amazing amazing pieces from a variety of different brands*» (Megan Ellaby. «WHAT I BOUGHT IN NEW YORK». 19 серпня 2018 р.) Mel Robins: «*I was brand-new young attorney*» (Mel Robbins. «STOP searching for your passion and do this instead | Mel Robbins». 3 жовтня 2018 р.)

Чоловіки вживають прикметники, в основному, у найвищому ступені порівняння. Caspar: «*I made a decision probably the riskiest decision of my life*». (Caspar. «My Business Outside Of YouTube». 28 січня 2019)

Схильність до гіперболізації та висока концентрація експресивно-оцінних слів є також характерними ознаками жіночого мовлення [6].

Наприклад, мотиваційний спікер TED Talks Brené Brown's у своїй промові, де вона розповідає як бути сфокусованим серед хаосу буденності, говорить: «*If you ask me: What's the most terrifying difficult emotion that we experience, I would say joy*». (Dr. Brené Brown. «Dr. Brené Brown on Joy: It's Terrifying | SuperSoul Sunday | Oprah Winfrey Network». 13 березня 2013)

У той час, як жінки більш схильні до вживання евфемізмів, особливостями чоловічого мовлення є використання нецензурної лексики.

Ілюстрацією цієї характеристики можуть бути цитати британського блогера PewDiePie, де використовуються лайливі слова: «*Oh, look, it's more people pointing out that I'm an idiot*», «*Well, that's why you need to subscribe god dammit*» (PewDiePie. «Что происходит?!». 29 січня 2019 р.)

Не гребує гострими слівцями й інший блогер Caspar: «*I got millions of subscribers on YouTube, millions on Instagram and Twitter, and only 1 million on Facebook, what the fuck Mark Zuckerberg? Was my Facebook content that bad?*». (Caspar. «My Business Outside Of YouTube». 28 січня 2019 р.)

Для більшого експресивного забарвлення мови жінки часто вживають ономатопею. Mel Robbins: «*Everyone talks about passion, legacy purpose, blah blah blah blah!*». «*Terrified, absolutely terrified!*». «*Instead of trying to think: What's my purpose? What's my passion? What's my purpose? What's my Passion?*» (Mel Robbins. «STOP searching for your passion and do this instead | Mel Robbins». 3 жовтня 2018 р.)

Використання ідіом для більшої виразності характерний для фемінного типу мовлення. Brené Brown: «*The other shoes gonna drop*».

«*Bit vulnerability to the punch*». (Caspar. «My Business Outside Of YouTube». 28 січня 2019 р.)

Вживання еліптичних конструкцій також більш властиве жінкам, ніж чоловікам. Mel Robbins: «*Whatever energizes you, naturally expands you, feels like possibility, is exiting to do it or may be scary, that's doesn't matter*». («STOP searching for your passion and do this instead | Mel Robbins». 3 жовтня 2018 р.)

Brené Brown: «*I think, one of the thing that happens in a culture of scarcity is we're all chasing the extraordinary and we forget; like when I interviewed people, who went through horrific things: the loss of children, genocide, violence, trauma and I talked to them about what's the hardest loss, they have never talked about the extraordinary things, they said: «amidst the ordinary moments»*» (Dr. Brené Brown. «Dr. Brené Brown on Joy: It's Terrifying | SuperSoul Sunday | Oprah Winfrey Network». 13 березня 2013 р.)

Висновки.... Підсумовуючи, зазначимо, що у вербальній поведінці англомовних користувачів Інтернету чітко простежуються гендерні відмінності. Диферентні особливості чоловічої та жіночої мережевої комунікації проявляються на лексичному, фонетичному, стилістичному та синтаксичному рівнях. Розрізняють відповідно і стилі мовлення чоловіка й жінки: мовлення чоловіка більш стримане, різке, прямолінійне. Мовлення жінки характеризується витонченістю слів, насиченістю експресивно-забарвленої лексики.

Подальшого дослідження вимагає проблема впливу соціальних мереж на формування гендерних стереотипів.

Список використаних джерел і літератури:

1. Mills S. Mullany L. Language, gender and feminism. Routledge, 2011. 206 р.
2. Barrett M., Davidson M. Gender And Communication at Work. Ashgate, 2006. 294 р.
3. Лауретис де Т. Американский Фрейд. *Гендерные исследования*. Харьков, 1998. № 1. С. 136.
4. Tannen D. Gender and Discourse. New York : Oxford University Press, 1996. 221 р.
5. Бессонова О. Оцінний тезаурус англійської мови: когнітивний і тендерний аспекти. Дис. ... дра філол. наук: 10.02.04/ Київський нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Київ, 2003.
6. Земская Е., Китайгородская М., Розанова Н. Особенности мужской и женской речи. Москва: Наука, 1993.

References:

1. Mills S. Mullany L. Language, gender and feminism. Routledge, 2011. 206 p.
2. Barrett M., Davidson M. Gender And Communication at Work. Ashgate, 2006. 294 p.
3. Lauretis de T. Amerikanskiy Freyd. Gendernyye issledovaniya. Kharkov, 1998. № 1. S. 136.
4. Tannen D. Gender and Discourse. New York : Oxford University Press, 1996. 221 p.
5. Byessonova O. Otsinnyy tezaurus anhliyskoyi movy: kohnitivniy y tendernyy aspekty. Dys. ... dra filol. nauk: 10.02.04 / Kyivskiy nats. un-t im. T.Shevchenka. Kyiv, 2003. 320 s.
6. Zemskaya Ye., Kitaygorodskaya M., Rozanova N. Osobennosti muzhskoy i zhenskoy rechi. Moskva: Nauka, 1993.

Summary

Liudmyla Vorotniak

Gender Peculiarities of English-Language Internet Communication

The article identifies and analyzes the main gender characteristics of English-language network communication. Scientists argue that there are some differences between male and female communication. Therefore, it is advisable to consider the peculiarities of the speech style of men and women.

There are two basic concepts in gender linguistic research – sex and gender, which are often mistakenly used synonymously. Sex is a set of anatomical and physiological features of a person. Gender is also interpreted as a specific set of cultural characteristics that determine the social behavior of men and women and their relationships. In linguistics, gender is seen as a cognitive phenomenon that manifests itself in the cliché as well as in the peculiarities of communicative speech behavior.

It has been established that network communication has a gender-based mark, which is expressed in terms of categories of femininity and masculinity. The verbal behavior of English-speaking Internet users clearly shows gender differences. Differential features of male and female network communication are manifested at the lexical, phonetic, stylistic and syntactic levels.

Men's verbal behavior is characterized by accuracy, stylistically neutral vocabulary, concise and less dynamic texts, clarity, directness, informativeness, unambiguity, the use of terms, slang and profanity, construction of simple sentences etc. Women have the following features: hyperbolized expressiveness, verbosity, use of exclamation points and divisive questions, the conversation is moderately polite.

Key words: *Internet communication, networking, gender, femininity, masculinity.*

Дата надходження статті: «11» грудня 2019 р.

Дата прийняття до друку: «15» січня 2020 р.