

Yulia Nadtochiy,  
Lidiia Oliinyk

#### LEXICAL AND GRAMMATICAL PECULIARITIES OF YOUTH SLANG

The social stratification of a dictionary is the most important language and social phenomenon. This article considers one of the main aspects of social stratification of dictionary – a youth slang, namely old differences among native speakers. The article focuses on the definition of youth slang, its lexical and grammatical peculiarities. For analyses we used semiotic/terminological methods. The study of terms, the formation of which is attributed as extralinguistic factors and structural-linguistic norms assumes the duties of the structural-semantic analysis of these units. In this case the lexical unit has the nominative value, it directly calls a special concept, which corresponds to the term. Complex terms form the main arsenal of the nominative means.

Key words: youth slang, young people, age-related groups, neologism.

Юлия Надточий,  
Лидия Олейник

#### ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКОГО МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА

Главная цель статьи – рассмотрение одного из аспектов социальной стратификации словаря – молодежного сленга, основой которого есть возрастные отличия между носителями языка. У многих работ по исследованию молодежного сленга на сегодняшний день изучалось влияние биологического и социального возраста на языковое влияние носителей языка. Согласно социолингвистических и психолингвистических исследований, каждой возрастной группе характерны языковое поведение и связанные с этим стиль жизни, жизненный опыт, различные сферы деятельности, интересы и др.

Ключевые слова: молодежный сленг, молодежь, возрастные группы, неологизмы.

УДК 811.111'42:808.51

Оксана Нестеренко  
(Київ)

#### **ШЛЯХИ ТА СПОСОБИ ЛІНГВІСТИЧНОГО ВИРАЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ УПЕРЕДЖЕНЬ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ (на матеріалі англійської мови)**

*Стаття присвячена проблемі дослідження та аналізу лінгвістичного вираження дискурсно релевантних гендерних упереджень у дискурсі соціальних мереж. Розглянута роль соціальних мереж як новітнього віртуального засобу комунікації. Наведено визначення одного з аспектів поняття "дискурс" та "дискурс соціальних мереж" як його різновид. Наведені певні ознаки та характеристики гендерного дискурсу та визначення гендерних стереотипів як основи гендерних упереджень. Досліджено та проаналізовано певні способи вербального вираження типових гендерних упереджень стосовно жінок у різноманітних соціальних мережах. Викладено висновки та перспективи подальших досліджень вищеназваної проблеми.*

**Ключові слова:** гендерні упередження, соціальні мережі, гендерний дискурс, вербальна реалізація гендерних упереджень.

Дослідженню лінгвістичного аспекту гендерних упереджень присвячена ціла низка робіт видатних учених. Проблеми взаємодії гендеру та дискурсу вивчали Дж. Лакофф, Р. Водак, Д. Таннен, С. Басоу, А. Кириліна, І. Кльоцина, Н. Собецька, З. Балгімбаєва та ін. За

безумовної важливості та значущості цих досліджень проблема вивчення вербальної реалізації дискурсно релевантних гендерних упереджень залишалась поза увагою дослідників.

У зв'язку з цим **метою** статті є дослідження та аналіз лінгвістичного вираження гендерних упереджень у дискурсі соціальних мереж.

Роль соціальних мереж у сучасному суспільстві неухильно зростає, оскільки вони об'єднують мільйони людей у багатьох частинах світу, і кількість їхніх користувачів постійно збільшується, надаючи можливість міжособистісного інтерактивного спілкування.

Під соціальною мережею ми розуміємо "інтерактивний багатокористувацький веб-сайт, контент якого наповнюється самими користувачами мережі. Сайт становить собою автоматизоване соціальне середовище, що дозволяє спілкуватися групі користувачів, об'єднаних спільним інтересом. Зв'язок здійснюється за допомогою веб-сервісу внутрішньої пошти або миттєвого обміну повідомленнями." [1, с. 204]. Сюди можна віднести і тематичні форуми, які останнім часом стають все більш популярними.

У даний час соціальні мережі поступово перетворюються на новітній соціальний інститут, з усіма його ознаками та специфічними особливостями, притаманними тільки цим веб-сервісам, що об'єднали цілі регіони, країни і навіть континенти на одній сторінці сайту.

З'явившись порівняно недавно, соціальні мережі значно більшою мірою, ніж невіртуальні ЗМІ, визначають політичні та соціальні аспекти суспільного життя, створюють приводи для новин, широкомасштабно обговорюють повсякденне життя, роблячи його максимально прозорим. Соціальні мережі, на відміну від традиційних ЗМІ, характеризуються практично абсолютною свободою висловлення своєї думки, що робить їх потужним соціальним інструментом.

Соціальні мережі здійснюють одну із найважливіших суспільних функцій – функцію комунікації. Бажання спілкування зосереджує велику аудиторію на певному веб-ресурсі, що дає можливість спостерігати та досліджувати певні особливості та характеристики спілкування такого типу.

Спираючись на визначення Т. ван Дейком одного із аспектів поняття "дискурсу" як жанру [4, с. 196], можемо схарактеризувати дане явище як дискурс соціальних мереж, який є частиною глобального культурного дискурсу з усіма його властивостями і характеристиками. Оскільки соціальні мережі покривають весь простір суспільного життя, то гендерні питання, які викликають значний інтерес у соціумі, не залишилися поза увагою користувачів мереж. Таким чином, ми можемо зазначити, що гендерний дискурс є невід'ємним складником дискурсу соціальних мереж.

За Р. Водак, "дискурс – мова, що використовується у мовленні та письмі – як форма "соціальної практики". Дискурс як соціальна практика передбачає діалектичний взаємозв'язок між певною дискурсивною подією і ситуацією (ями), інститутом (ами), і соціальною структурою (ами), які задають його структуру – вони формують дискурсивну подію, але також дискурсивна подія формує їх." [7, с. 6]. Тут дискурс представлений як той, що конституює реальність. Дискурсивні практики можуть мати суттєві ідеологічні та соціальні результати – вони можуть сприяти створенню та відтворенню певних форм соціальної нерівності, представляючи деякі речі та позицію людей тими чи іншими способами.

Аналізуючи гендерний дискурс, дослідники виявили певні мовні асиметрії, які свідчать про те, що відносини між статями не являються рівними, а є ієрархічними, де все, що пов'язано із категорією "чоловік", є нормою, а те, що пов'язано із категорією "жінка", представляє щось "інше", "аномальне", що логічно витікає із нормативності категорії "чоловік" і усього, що з нею пов'язане. [3, с. 64; 5, с.19].

На основі дослідження гендерного дискурсу зародилась гендерна лінгвістика, головні постулати якої тісно пов'язані із критичною лінгвістикою та критичним дискурс-аналізом. Одним із головних напрямів гендерної лінгвістики є вивчення особистісно співвіднесених асиметрій у сфері мовної системи та мовлення як вираження лінгвістичної дискримінації

жінок (лінгвістичного сексизму) та її прямого з'язку із соціальною дискримінацією. У центрі досліджень гендерної лінгвістики є лінгвістична поведінка чоловіків та жінок та лінгвістичні явища, пов'язані із їхньою діяльністю.

Одним із найяскравіших проявів такої асиметрії є гендерні упередження. За Т. ван Дейком, якому належить провідна роль у дослідженні явища упереджень у лінгвістиці, ми розглядаємо упередження "як когнітивне явище, що існує в широкому соціальному контексті, який визначає їх зміст, організацію, важливість і т.д." [5, с. 22-23]. Підкреслюючи дискурсну релевантність упереджень, автор зазначає, що упередження не слід пояснювати через незмінні когнітивні установки, а через динамічні процеси, які мають місце у соціальній комунікації та взаємодії. [6, с. 13]

Формування гендерних упереджень базується на гендерній стереотипізації. За С. Басоу, "гендерні стереотипи – це надмірне спрощення, перебільшення, узагальнення та пониження якостей та характеристик чоловіків та жінок і відображення їх у мові" [2]. Гендерні стереотипи носять оцінний характер, частіше за все є негативними та являються джерелом для гендерних упереджень.

Отже, ми розглядатимемо гендерні упередження як оцінні, стереотипізовані сполучення, які актуалізуються в процесах комунікації за допомогою мовних засобів.

Гендерний дискурс є одним із найбільш поширених у користувачів соціальних мереж. Оціночні та стереотипізовані погляди та уявлення про жінок фіксуються номінативними мовними одиницями, які мають негативно-оцінний характер та дерогативну конотацію, метою яких є дискредитація жінок, вираження зневаги до них, а іноді навіть і принизливого ставлення. Особливо це стосується професій та занять, які традиційно вважаються чоловічими. Ось до яких характеристик жінок за кермом вдаються чоловіки-водії: "*They did that, and boy are they right, most women are motorway nightmares, 60mph middle lane hogging when the motorway is empty, what is all that about?*" , "*Women drivers ARE more dangerous behind the wheel*" [8]. "*Women are clueless and scary on the roads*", "*Silly woman, a car is not the kitchen*" [9].

Для характеристики чоловіків у подібних ситуаціях, навпаки, вживають аудальні аксіологеми або позитивно-оцінні лексичні одиниці. "*Men are more capable drivers than women*", "*Men drivers tend to be reckless, but women tend to be unskilled*". [10]. "*Men are more gifted drivers, that's just a fact, it is down to how our mind works, we have much better spatial awareness due to our hunter gatherer instincts. Men are more aggressive too, which is why the crash rate is more equal than it otherwise would be*" [8].

Те саме можна стверджувати про застаріле гетеростереотипізоване упередження стосовно служби жінок у армії. Для характеристики жінок-армійців використовують вербальні одиниці, що підкреслюють слабкість, цілковиту відсутність необхідної кваліфікації та неспроможність жінок виконувати цю роботу. "*Facts are facts, a majority of women do not have what it takes to effectively operate in combat. Most women in combat arms positions will be harmful to the success on the battlefield*". "*That has nothing to do with whether she was cut out to be a combat engineer. She wasn't cut out to be a soldier in general*." [11].

Іще одне із найпоширеніших гендерних упереджень полягає у гіперболізації зовнішності та сексуальності жінок та втілюється за допомогою номінації саме тих фактів та явищ, які підкреслюють першочергову значущість цих факторів для жінок. "*Women today play an active and important role for the military operations in the countries around the world. This the positive shift in public consciousness and these fifteen countries have the most beautiful as well as the feistiest female troops*". "*Cute smile is a must. It's a compliment for women in the army you don't understand*." [12]. Професійні навички та кваліфікація жінок-військових повністю ігноруються і не сприймаються як важливий фактор.

Упередженість до жінок також виявляється у структурно-семантичній організації гендерного дискурсу соціальних мереж і позначається макроструктурою поляризації представників чоловічої та жіночої статі. Макроструктура є кардинальною для організації дискурсу і є засобом для абстрактного семантичного описання її змісту. У гендерному

дискурсі вона формується аксіологічними пропозиціями: чоловіки сильні/ розумні, жінки слабкі/недолугі.

*"The reality is that the average woman is not as good as the average man, they don't have the stamina levels of men, therefore the fighting effectiveness of army units will be compromised." "There are a lot of supporting roles for women in the army. And they are good at them." "If women go to the front-line male pride will be put at risk. There are men like me who would like to protect the female. And we did." [13]. "Power. Nothing more, nothing less. The men are in charge, and anything that could possibly threaten that must be stopped". "Serving your husbands can be fun and interesting. Especially at dinner parties" [14].*

Для надання характеристики чоловікам користувачі соціальних мереж використовують номінативні одиниці позитивно-оцінної семантики: *stamina level, male pride, men are in charge of power*. Жінок у гендерному дискурсі соціальних мереж схарактеризовано за допомогою негативно-оцінних семантичних одиниць, які підкреслюють їхню слабкість, пасивність та безвідповідальність: *the average woman is not as good as the average man, supporting roles, serving your husband*.

При обговоренні користувачами соціальних мереж проблем сучасного кінематографу, який традиційно вважається сферою діяльності чоловіків, гендерні упередження реалізуються лише при вживанні однієї номінативної одиниці *woman/female*: *"I think there are a lot of factors that, together, make it harder to have a female superhero be popular. Name one female-led superhero film that made money."* [15], тоді як йдеться про ролі супергероїв, які були зіграні чоловіками вживати лексичну одиницю *man/male* не вважають за потрібне. *"Hug your superhero."* [16] *"In this Valentine's Day "Marvel Super Heroes: What The--?!", Hawkeye gets some magical help to win Mockingbird's heart!"* [17]. У наступному прикладі, який також стосується діячів кінематографу, гендерне упередження актуалізується за допомогою тієї ж самої лексичної одиниці. *"To do this for such an excellent group of filmmakers -- four of the five of them being female filmmakers -- and to provide them with a unique opportunity in the release of their films demonstrates how perfectly Screen Forward represents IFP's mission."*

Відомий блогер та одна із лідерів феміністського руху Аніта Саркесіан створила цілий ряд відео, присвячених проблемі традиційних гендерних упереджень у найпопулярніших відеоіграх. Авторка наголошує, що у даних відеоіграх, які, зазвичай, являються сферою інтересів чоловіків, жінки представлені або як слабкі та беспорядні, яких доводиться рятувати ("Mario Brothers", "Violent Storm", "Zelda"), або як об'єкт сексуальних бажань чоловіків ("Tomb Raider", "Remember me", "Golden Axe: Beast Rider"). Також у цілому ряді відеоігор культивується жорстоке ставлення та насильство над жінками ("Ride to Hell: Retribution", "The Witcher"). У відповідь на таку цілком виправдану критику у соцмережі Twitter з'явилася ціла низка образливих коментарів, зроблених переважно чоловіками: *"How about you get cancer", "You deserve all those death threats you are getting", "You shouldn't be able to breathe. Such a waste of oxygen", "Dumb bitch, you are going to ruin the gaming community." "You are a despicable whore", "Kill yourself".* [18].

Для вираження свого негативного ставлення до блогера, яка висвітлила проблему гендерної дискримінації у відеоіграх, автори коментарів використовують стилістично знижену лексику *a bitch, a whore* і навіть вдаються до зловмисних побажань, виражених за допомогою дієслів у наказовому способі *get, kill*.

Отже, гендерні упередження є когнітивними дискурсно релевантними структурами, мають стереотипний та оцінний компоненти й реалізуються у різних видах дискурсу (у випадку нашого дослідження у гендерному дискурсі соціальних мереж) за допомогою певних вербальних одиниць.

Перспективу подальшого дослідження проблеми вбачаємо у вивченні та порівняльному аналізі усіх наявних способів лінгвального вираження гендерних упереджень у різних типах дискурсу.

*ЛІТЕРАТУРА*

1. Данько Ю.А. Соціальні мережі як засіб політичної комунікації / Ю.А. Данько / European Political and Law Discourse. – 2015. – Volume 2. – Issue 2. – P.204-209.
2. Basow S. Gender: Stereotypes and Roles / S. Basow. – Pacific Grove Brooks / Cole. (3rd edition), 1992. – 447 p.
3. Crawford M. Talking Difference on Gender and Language / M. Crawford. – London: Sage Publications, 1995. – 224 p.
4. Dijk T.A. van Ideology. A Multidisciplinary Approach / T. A. van Dijk. – London: Sage Publications, 1998. – 374 p.
5. Dijk T.A. van Prejudice in Discourse. An Analysis of Ethnic Prejudice in Cognition and Conversation / T. A. van Dijk. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1984. – 294 p.
6. Speer S. A. Gender Talk: Feminism, Discourse and Conversation Analysis (Women and Psychology) / S. A. Speer. – London and New York: Routledge, 2005. – 212 p.
7. Wodak R. Gender and Discourse / R. Wodak. – London: Sage Publications, 1997. – 303 p.

*ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ*

8. <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2012188/Women-drivers-ARE-dangerous-wheel-scientists-discover.html>
9. <https://www.youtube.com/watch?v=eelworm19cWY>
10. [https://www.youtube.com/watch?v=V\\_vTOZNfxCA](https://www.youtube.com/watch?v=V_vTOZNfxCA)
11. <https://www.facebook.com/UsArmyFemales/>
12. <http://royalounge.com/most-attractive-female-soldiers-in-the-world/>
13. <http://www.express.co.uk/news/uk/628484/British-Army-women-soldiers-frontline-Cameron-Colonel-Richard-Kemp-Lord-West>
14. <http://www.theguardian.com/lifeandstyle/2015/jun/01/female-drivers-saudi-arabia-stamford-hill-ban-independence>
15. <http://comicbook.com/2015/01/28/joss-whedon-says-sexism-is-preventing-female-led-superhero-movie/>
16. <https://twitter.com/MarvelU>
17. <https://www.facebook.com/Marvel>
18. <http://femfreq.tumblr.com/post/109319269825/one-week-of-harassment-on-twitter>

Oksana Nesterenko

THE WAYS OF LINGUISTIC EXPRESSION OF GENDER BIAS IN SOCIAL NETWORKS  
(on the English language material)

This article deals with the problem of research and analysis of discourse relevant gender bias linguistic expression in the discourse of social networks. The role of social media as a new virtual communication means is considered in the paper. An aspect of the notion "discourse" and "the discourse of social networks" as its form are defined in the paper underlying the fact that the discourse of social media is an inalienable part of the global discourse with its all peculiarities and characteristics. We regard gender prejudices as appraisive stereotype structures which are expressed in communication processes with the help of various language means. The methods of comparative linguistic analysis, discourse and contextual analyses were used to research and analyse certain ways of verbal expression of typical gender prejudices in a number of social media. Some research conclusions are made and prospects for further studying of the problem are presented.

Key word: gender bias, social networks, gender discourse, verbal expression of gender prejudices.

Оксана Нестеренко

ПУТИ И СПОСОБЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ВЫРАЖЕНИЯ ГЕНДЕРНЫХ  
ПРЕДУБЕЖДЕНИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (на материале английского языка)

Статья посвящена проблеме исследования и анализа лингвистического выражения дискурсно-релевантных гендерных предубеждений в дискурсе социальных сетей. Рассмотрена роль социальных сетей как новейшего виртуального средства коммуникации.

Приведено определение одного из аспектов понятия "дискурс" и "дискурс социальных сетей" как его разновидность. Приведены определенные признаки и характеристики гендерного дискурса и определение гендерных стереотипов как основы гендерных предубеждений. Исследованы и проанализированы определенные способы вербального выражения типичных гендерных предубеждений относительно женщин в различных социальных сетях. Изложены выводы и перспективы дальнейших исследований вышеуказанной проблемы.

Ключевые слова: гендерные предубеждения, социальные сети, гендерный дискурс, вербальная реализация гендерных предубеждений.

УДК 81'271.12=133.1

Василь Палій,  
Галина Фінчук  
(Рівне)

### **МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ КОЛОКВІАЛЬНОСТІ (на матеріалі французької мови)**

*У статті досліджено формування такого важливого компонента первинної і вторинної властивості мовної особистості, як розмовність. Зроблено спробу класифікувати мовні і риторичні засоби розмовної французької мови з погляду колоквіальності. Показано лінгводидактичний потенціал розмовної мови у навчанні природної вербальної поведінки.*

Ключові слова: мовна особистість, колоквіальність, еквівалент, знижена лексика, редуплікація.

Актуальність вивчення об'єкта нашого дослідження – мовної особистості філолога, пов'язана з удосконаленням підготовки спеціалістів у нових умовах розширення жанрово-стильової палітри мови, появи нових мовленнєвих рівнів. Важливим є висока інформативність та багатство досліджуваного матеріалу, інтертекстуальність та лінгвоцентризм сучасного молодіжного та соціального жаргону.

Серед важливих компонентів мовленнєвої діяльності істотне місце посідає явище розмовності (колоквіальності), що і визначило предмет нашої статті. Дослідження колоквіальності вже має свою історію, але переважно з інтересом до описових характеристик лексики та синтаксису окремих мов. Проблема деталізації мовних та риторичних засобів колоквіальності специфічних жанрів залишається відкритою. Ці питання, важливі для розуміння законів існування та функціонування значень у мові та мовленні, є наочною моделлю труднощів інтерпретації, розуміння, застосування та перекладу. Незважаючи на те, що майже у кожній науковій роботі певною мірою розглядаються їхні функції соціальних діалектів, ця проблема залишається малодослідженою. Не можна не погодитися з тим, що лінгвістична характеристика того чи іншого соціального діалекта повинна починатися з визначення його суспільної функції.

**Мета** дослідження – обчислити мовні засоби створення колоквіальності, показати використання лінгводидактичних засобів даного явища у навчанні природної вербальної поведінки, у тому числі в умовах професійного мовлення. Вивчення конкретних аспектів колоквіальності дає змогу перетворити схоластичний процес вивчення граматичних та лексичних форм, стандартних мовних штампів чи пам'яток літератури іноземної мови на засіб проникнення в суспільний побут нації, мова якої вивчається, сприяє розумінню особливостей її менталітету.