

## ГЕНДЕР І МОВА В СУЧАСНОМУ ЛІНГВІСТИЧНОМУ СВІТІ

**Розглянуто питання гендеру в мовній комунікації, подано рекомендації лінгвістів щодо уникнення сексистської мови й здолення стереотипних висловлювань.**

*Ключові слова: гендерна лінгвістика, мовна комунікація, гендерні стереотипи, мовна поведінка, комунікативна асиметрія.*

**Рассмотрены вопросы гендера в языковой коммуникации, наведены рекомендации лингвистов для избежания сексистской речи и преодоления стереотипных высказываний.**

*Ключевые слова: гендерная лингвистика, языковая коммуникация, гендерные стереотипы, речевое поведение, коммуникативная асимметрия.*

**The article deals with the gender versatile issue in verbal communication, gender linguists recommendations are submitted in order to find a solution to avoid sexist language and overcome stereotypical verbal expression.**

*Keywords: gender linguistics, linguistic communication, gender stereotypes, verbal behavior, communication asymmetry.*

Однією з домінантних тенденцій мовознавства ХХ ст. стало розширення зв'язків лінгвістики з іншими науками, зокрема, з соціологією, психологією, мовою, наслідком чого стала поява міждисциплінарних досліджень. 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 поняття *гендер*, *реляція жінка-чоловік* та їхні позиції цікавлять у плані більш широкого вивчення ментальності й етнокультурної специфіки.

На сьогодні найбільш перспективним і обґрунтованим напрямом аналізу особливостей чоловічої і жіночої мови вважається вивчення стратегій і тактик мовленнєвої поведінки чоловіків і жінок у різних комунікативних ситуаціях з обов'язковим урахуванням культурної традиції конкретного суспільства, що й обумовлює актуальність нашої розвідки.

Метою наукової розвідки є розкриття визначних закономірностей спілкування жінок і чоловіків у різних ситуативних просторах за наявності встановлених суспільно-культурних особливостей. Для цього необхідно виявити вплив гендерних стереотипів, притаманних певному суспільству та особистісних якостей, установити різницю в чоловічому та жіночому стилях спілкування, розглянути лінгвістичне конструювання гендеру в комунікативній взаємодії індивідів у різних видах дискурсу, проаналізувати випадки мовного сексизму й запропонувати нові форми вираження.

В останні роки роль гендерного чинника визначають як досить радикальну. Гендер розглядають як один із параметрів, за допомогою якого в спілкуванні конструюється соціальна ідентичність мовця. Як правило, він взаємодіє з іншими параметрами – статусом, віком, соціальною групою тощо. У науці поки що не склалося єдиної концепції дослідження гендеру в комунікації. До визначних досліджень проблем взаємодії гендеру та дискурсу належать праці Р. Лакофф, Д. Таннен, Р. Водак, Дж. Вуд та ін.

Одним із найбільш відомих досліджень у галузі гендерної лінгвістики стала книга Дебори Таннен «Ти мене просто не розумієш. Жінки і чоловіки в діалозі» [6]. Автор аналізує комунікативні непорозуміння у спілкуванні осіб різної статі й пояснює їх різними вимогами, що висуває суспільство до чоловіків і жінок, а також специфікою соціалізації в дитячому та підлітковому віці. Протягом життя в чоловіків і жінок виробляються різні мотиви поведінки, різні стратегії і тактики спілкування, що й підкреслює наші акценти на стереотипність та культурні традиції суспільства. Мовна поведінка чоловіків, як правило, націлена на досягнення і збереження незалежності та високого статусу. Від жінок суспільство очікує здатності до компромісу, поступливості, емоційності. Ці відмінності, згідно з концепцією Д. Таннен, ведуть до розбіжностей як у цілях спілкування, так і в інтерпретації висловлювань. Одні й ті ж мовні штампи можуть розглядатися з позиції статусу або з позиції підтримки взаємозв'язку, солідарності й допомоги. Промовляючи ті самі фрази, чоловіки і жінки можуть керуватися різними мотивами й по-різному інтерпретувати слова співрозмовника,

чим ідентифікуються особистісні якості мовця, а відповідно й формуються різні стилі спілкування. Наприклад, надання допомоги можна витлумачити як прояв солідарності і зміцнення взаємозв'язку. Але можна побачити в допомозі і натяк на прагнення продемонструвати свою перевагу і домінантність у стосунках. Крім того, у кожній культурі існують традиції і ритуали спілкування, не однакові для чоловіків і жінок. Так, під час застілля слово найчастіше надається чоловікам. Навряд чи жінка виконає роль тамади. У зв'язку з цим Д. Таннен говорить про гендерлект – соціально та культурно обумовлені особливості спілкування чоловіків і жінок. Теорія гендерлекту не знайшла одностайної підтримки в лінгвістиці, однак треба визнати, що модель, розроблена Д. Таннен, володіє пояснювальною силою, про що свідчить висока популярність цієї праці, перекладеної більш ніж 30 мовами, що постійно перевидається.

У межах комунікативно дискурсивного напрямку надзвичайно цікавим і потенційно необхідним дедалі частіше стає лінгвістичне конструювання гендеру в комунікативній взаємодії індивідів у різних видах дискурсу, мовна поведінка чоловіків і жінок з позицій теорій соціальної ідентичності, комунікативна адаптація та інтеракціонізм, які й стали об'єктом нашого наукового огляду. Адже на великому національному масиві емпіричних даних методом інтеракційного аналізу було багаторазово доведено, що дискурсивні практики чоловіків та жінок суттєво різняться між собою, що призводить до встановлення комунікативної асиметрії на користь чоловіків і закріплює їхній домінувальний соціальний статус.

Надзвичайно важливим у поширенні або подоланні гендерних стереотипів на сьогодні є засоби масової інформації, які в сучасному суспільстві стали частиною системи соціалізації юного покоління та дорослих. ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні суспільної думки, оцінці подій і задають певні життєві стандарти, впливають на створення образів сучасних чоловіків і жінок та значною мірою формують наші стереотипи стосовно статей.

У програмах телебачення, рекламі, текстах журналів і газет можна натрапити на випадки неоднакового зображення статей.

У мові засобів масової інформації трапляються ігнорування та непомітності жінок через використання родових іменників і займенників. Це буває, зокрема, коли чуємо або читаємо вислови на зразок *Сьогодні гостем програми Н була Тіна Кароль – переможець конкурсу* тощо. Часто мова рекламних роликів є такою, що ігнорує одну зі статей, наприклад: *А ти вже під'єднався?*

На жаль, у газетних колонках, на сторінках журналів чи у засобах масової інформації зберігається тенденція зображувати чоловіків через їхні здобутки, а жінок – через зовнішність і стосунки з чоловіками. Зокрема, автори статей про відомих спортсменок часто зазначають їхній сімейний стан, кількість дітей, згадують їхню зовнішність, тоді як про чоловіків-спортсменів цього не повідомляють. Часто у статтях відомих жінок-політиків, економістів, культурних діячів називають *чарівними жінками, привабливими блондинками, секс-символами*, проте важко уявити подібні висловлювання на адресу чоловіків. Дослідження на матеріалі мови ЗМІ виявили спільні риси зображення жінок у таких джерелах. Зокрема, неоднаковою є репрезентація гендеру в різних рубриках новин. Героями політичних та економічних рубрик є майже без винятку чоловіки. Жінок здебільшого згадують на шпальтах газет, де йдеться про сім'ю, дітей, здоров'я, моду тощо. Також жінки часто потрапляють до газетних повідомлень, лише коли стають жертвами насилля, нещасних випадків або згадуються лише як чийсь дружини, дочки [4, с. 219]. Гендерні стереотипи виявлено майже в усіх наявних типах текстів, досліджуваних на наявність сексизму. У результаті цих напрацювань майже всі види й жанри текстів, що належать до сфери освіти, засобів масової інформації, права, бізнесу, державного управління, науки та інституційної релігії, визнано дискримінаційними стосовно жінок.

Зокрема, дослідження шкільних підручників для учнів молодших класів, а також обробка дитячих книжок показали, що більшість текстів мають андроцентричну орієнтацію: інформація подається в них із чоловічої позиції (через використання родових іменників і займенників), тоді як «присутність» жінок у текстах або майже непомітна, або до них ставляться як до другорядних. Згадаймо казку про «Ріпку»: *Посадив дід ріпку... Кличе дід бабу.*

Тут дід виступає головним виконавцем і організатором діяльності другорядних персонажей. Або ж у казці «Пшеничний колосок»: півник і мишенята Круть та Верть чоловічого роду, причому півник виконує в казці стереотипно і чоловічу (обмолотив й до млина завіз), і жіночу роботу (тісто замісив, напик пиріжків), жіночий персонаж у казці взагалі відсутній.

Великий інтерес становить гендерне дослідження і в професійній комунікації. Так, у результаті тривалої роботи лінгвістів з дослідження гендерної специфіки професійного спілкування встановлено, що чоловіки і жінки виявляють тенденції до різних стилів ведення полеміки. Чоловіки рідше погоджуються з критикою, частіше вдаються до іронії, посилаються на авторитети, використовують менше мовних засобів, що виражають непевність, і в результаті справляють враження більш компетентних і впевнених у собі і своїй правоті фахівців. Чоловікам складно сприймати темп, швидкість, емоційність та експресивність жіночої мови. Водночас жінкам не завжди зрозуміла повільність, надмірно скрупульозна обміркованість та аргументація чоловічих думок. Дослідники вважають, що жіночій мові властива поміркованість лексики, у ній частіше трапляються застарілі слова та звороти. На відміну від жінок, чоловіки краще сприймають нове в мові, вони більше вживають неологізмів, термінів. Було встановлено, що з підвищенням рівня освіти мовців відмінності у їхній лексиці стираються. Комунікація чоловіків носить більш екстравертний, дієвий, конкретний і предметний характер, а комунікація жінок – більш інтровертний, емоційний, узагальнений і метафоричний [1, с. 16]. Проте необхідно зазначити, що саме усвідомлення гендерних особливостей може сприяти вдосконаленню людської комунікації.

Сформований протягом тисячоліть підлеглий чи завуальований статус жінки в андроцентричному суспільстві настільки глибоко закарбувався і в системах індоєвропейських мов, де граматично і морфологічно жіночий рід виступає вторинним, похідним від чоловічого, настільки звично проявляється в будь-якому дискурсі, що, перебуваючи всередині такої системи, важко усвідомити її вплив на формування кожної конкретної гендерно маркованої інтеракції.

Цікаво, що ці тенденції зберігалися незалежно від статі авторів підручників – як чоловіки, так і жінки використовували сексистські практики. Дослідження інших текстів, використовуваних у школах та університетах, показали подібні результати: жінок у цих підручниках непомітно, а якщо вони стають помітними, їх зображують у традиційних стереотипних ролях. Зокрема, жінок зображують передусім такими, які дбають про дітей, зайняті хатньою роботою, стурбовані своєю зовнішністю, переймаються своєю емоційністю, страхом, цікавляться культурою та зрештою віддані чоловікові, чоловікам або «йому» [5, с. 79]. Отож, вплив стереотипів на стиль і тактику спілкування різних статей був і залишається вагомим та значно поширеним явищем, що наштовхує на думку про нехтування або ж дискримінацію поглядів, висловлювань та дій жінок.

Деякі вчені зазначають: для того, щоб визначити, чи є вислів дискримінаційним стосовно однієї статі, необхідно сказати те саме про іншу стать. І якщо вислів здається дивним, смішним або незвичним, це означає, що й попередній вислів є гендерно дискримінаційним. Зокрема, якщо на перший погляд вислів «Усі люди – брати» не здається дискримінаційним щодо жінок, то його «перекидень» («Усі люди – сестри») здається кумедним і безглуздим [3, с. 57]. Це свідчить про те, наскільки глибоко вкоренилися гендерні стереотипи в нашу свідомість. Тоді як дехто вважає, що сексизм – це ознака мови й треба лише змінити щось у мові, заборонити одні слова та створити інші, – і проблема нерівного зображення статей у мові зникне навіки. Насправді, все не так просто, як здається на перший погляд. Сама мова не є сексистською, лише наше використання її ресурсів може бути таким.

У той час як одні носії мови навіть не здогадуються про те, що вона є сексистською, інші намагаються уникнути цього мовного явища. Це робиться передусім шляхом мовного планування. На необхідність мовного планування, тобто свідомого втручання в мову, вказали представниці феміністського руху. У цьому процесі беруть участь переважно жінки, спільним для яких, попри певні відмінні риси, є невдоволення неоднаковим зображенням у мові жінок (чоловіків).

Прихильники мовного планування мають різні погляди на заходи, яких необхідно вжити. Пропоновані заходи варіюють від незначних змін наявних у мові форм до радикальніших змін, що

передбачатимуть семантичні зміни, створення неологізмів і навіть створення цілком нової мови та розвиток альтернативних дискурсів, орієнтованих на жінок і які б могли краще передати жіночу перспективу. Необхідно зазначити, що однією з причин, через яку мають статися зміни в мові, вважає дехто, є те, що мовні зміни не встигають за соціальними. Зокрема, дослідники підкреслюють, що становище жінки в суспільстві змінилося, але ці зміни не відбито в мові.

Природні мовні зміни відбуваються поступово, ті чи ті мовні практики виходять з ужитку або впроваджуються до нього, а лише потім фіксуються у словниках, довідниках і підручниках з мови. У випадку з мовним плануванням ідеться про навмисне втручання до мовних процесів, яке здійснюють уповноважені особи й установи. Прикладами мовного планування є, зокрема, реформи правопису, зміни національної або офіційної мови тощо. Планування мови, потребу в чому засвідчили феміністки, має на меті створення мови, яку називали безліччю термінів – несексистська мова, гендерно інклюзивна мова, гендерно нейтральна мова, лінгвістична рівність статей, інклюзивна мова, недискримінаційна мова, позитивна мова, неупереджена мова тощо.

Варто зазначити, що не всі спроби впровадити мовні зміни були успішними. Певна кількість нововведень не здобула прихильності широкого загалу, деякі використовують лише самі феміністки. Деякі випадки мовного сексизму є занадто складними, і розв'язати їх не дуже легко. Зокрема, в англійській мові, наприклад, й досі триває пошук гендерно нейтрального займенника, який би позначав чоловіка й жінку водночас.

Одним із найважливіших досягнень лінгвістів з гендеру стало впровадження рекомендацій для уникнення сексистської мови, обов'язкового документа для установ, навчальних закладів, видавництв багатьох країн світу. Найзагальнішими рекомендаціями, не зважаючи на те, що цей документ по-різному називається і має свої особливості залежно від мови та країни, є такі [2, с. 51–58]:

– уникати відверто образливих для однієї зі статей висловів або таких, що несприятливо зображають представників однієї зі статей, висловів, що показують представників однієї статі гіршими за іншу;

– уникати зображення статей у стереотипних ролях (наприклад, менеджер – чоловік, учитель – жінка);

– уникати родових займенників «він», «його», «йому», наприклад, «Коли студентові потрібно...» Це радять робити шляхом випускання займенника, перебудови речення або використання множини замість однини. В окремих випадках можна використовувати пасивний стан дієслів;

– замість жіночої або чоловічої форми назви професії залучати універсальну або нейтральну назву професії чи ролі, яку виконують обидві статі.

Найзагальнішою є рекомендація називати чоловіків і жінок однаково й не використовувати пестливих або інших спеціальних форм стосовно однієї зі статей.

Отже, в результаті мовного планування, спрямованого на уникнення мовного сексизму, наявні сексистські практики змінюються, сексистські форми замінюються на несексистські, що відбувається або шляхом відбору з наявних форм або через створення нових форм вираження.

Представниці феміністичного руху відіграють важливу роль не лише в приверненні уваги громадськості до проблеми мовного сексизму, вони також беруть активну участь у процесі мовного планування. Внаслідок феміністського руху в мові вже сталися певні зміни, зокрема в лексичному складі мови, наприклад, з'явилися такі слова, як *гендер*, *чоловічий шовінізм*, *сексуальне домагання*, *жіноча емансипація* тощо. Але необхідно зазначити, що мовне планування, здійснюване феміністками, має передусім не лінгвістичний, а соціальний і політичний характер. Уважається, що рівність жінок і чоловіків у мові забезпечить соціальну рівність, що приведе до послаблення соціальної проблеми, а саме дискримінації за статтю.

Як бачимо, проблема співвідношення гендеру й мови набагато складніша, ніж видається на перший погляд. Мова не лише відбиває ставлення до жінок і чоловіків у суспільстві, а й здатна формувати наше уявлення про статі та наше ставлення до жінок. Мова сама собою не є сексистською, такою її роблять ті, хто нею користується. І тому ставлення до статей неможливо змінити, лише здійснюючи зміни в мові. Певні зміни мають статися і в нашій



свідомості, адже відмінності в моделях чоловічої/жіночої мовної поведінки виявляються нерегулярно і гендер не є визначальним чинником комунікації. Водночас у певних ситуаціях мовного спілкування вплив гендеру відчувається в перевазі одних прийомів мовної поведінки та блокуванні інших. Варто пам'ятати, що перенесення поведінкових стереотипів з однієї сфери спілкування до іншої може мати неоднозначні наслідки.

### **БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ**

1. **Картушина Е. А.** Гендерные аспекты фразеологии в массовой коммуникации: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук / Е. А. Картушина. – Ижевск, 2003. – 23 с.
2. **Кирилина А. В.** Развитие гендерных исследований в лингвистике / А. В. Кирилина // Филологические науки. – 1998. – № 2. – С. 51–58.
3. **Носенко Е. Л.** Психологічні аспекти феномена культурної інерції та актуальність гендерної рівноваги у суспільстві / Е. Л. Носенко // Гендер: реалії та перспективи в українському суспільстві: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 11–13 грудня 2003 р.). – К.: Фоліант, 2003. – С. 274–276.
4. **Пчелінцева О. Е.** Комунікативна поведінка людини: Гендерний аспект / О. Е. Пчелінцева // Гендер: реалії та перспективи в українському суспільстві: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ, 11–13 грудня 2003 р.). – К.: Фоліант, 2003. – С. 218–222.
5. **Gumperz John J.** Discours Strategies / John J. Gumperz. – Cambridge, 1982.– 352 p.
6. **Tannen D.** Du kannst mich einfach nicht verstehen. Warum Maenner undFraue aneinander vorbeireden / D. Tannen. – Hamburg, 1991. – 164 s.

*Надійшла до редколегії 17.03.2014*