

**ГРАМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ОБ'ЄКТИВАЦІЇ ГЕНДЕРУ
В АВТОБІОГРАФІЯХ
(на матеріалі англомовних художніх творів ХХІ століття)**

У статті розглянуті деякі граматичні аспекти об'єктивації гендеру на матеріалі автобіографій. Виявлено, що гендерний фактор у тексті проявляється в таких категоріях, як повтор і порівняння. Наведені деякі особливості вживання цих категорій у гендерному аспекті.

Ключові слова: гендер, повтор, порівняння, автобіографія, емоційність.

Щербицька В.В. Грамматический аспект объективации гендера в автобиографиях (на материале англоязычных художественных произведений XXI века). *В статье рассмотрены некоторые грамматические аспекты объективации гендера на материале автобиографий. Показано, что гендерный фактор текста проявляется в таких категориях, как повтор и сравнение. Приведены некоторые особенности употребления данных категорий в гендерном аспекте.*

Ключевые слова: гендер, повтор, сравнение, автобиография, эмоциональность.

Shcherbitskaya V.V. Grammatical aspect of gender objectification in the autobiographies (based on English-language fiction XXI century). *This article deals with some aspects of grammatical gender objectification on the material of autobiographies. It is shown that gender appeared in such categories as repetition and comparison. Some specific features of these categories in gender aspect are given.*

Keywords: gender, repetition, comparison, autobiography, emotionality.

Однією з актуальних проблем дослідження германських мов, зокрема, англійської мови, є гендерні дослідження. Вивчення гендеру було започатковано в 70-х роках ХХ століття у британській (М. Адлер, Р. Макаулей, С. Ромейн) та американській лінгвістиці (Д. Камерон, Р. Лакофф). Протягом останнього десятиріччя гендерна проблема активно досліджується у вітчизняному (О.Л. Бессонова, О.Л. Козачишина, А.П. Мартинюк, К.В. Піщікова, О.М. Холод та ін.) і в російському (О.І. Горошко, А.В. Кириліна, В.В. Потапов та ін.) мовознавстві. Більшість мовознавців вивчають певні аспекти гендерних особливостей: переважно фонетичні (В. Лабов, Р. Макаулей, Р. Шай) та відмінності в спілкуванні (Д. Камерон, Дж. Коутс, П. Ніколс, П. Фішман).

Грамаатичні особливості мови в гендерному аспекті є, на нашу думку, найменш висвітленим питанням у гендерних дослідженнях.

Актуальність роботи полягає в усе більшому інтересі до досліджень гендеру в лінгвістиці з різних точок зору, та в недостатній розробці цієї проблеми в грамаатичному аспекті.

Робота присвячена аналізу деяких грамаатичних засобів репрезентації гендеру в автобіографічному творі ХХІ століття, зокрема повтору та порівнянню. Мета цього дослідження – аналіз грамаатичних категорій повтору і порівнянню як засобів реалізації гендеру в художньому творі. Нашим завданням є виявлення в автобіографічних творах повтору й порівнянню та встановлення гендерної зумовленості їх вживання.

Матеріалом дослідження стали художні твори, автобіографії чотирьох жінок (Ш. Осборн, Д. О'Дауд, Дж. Томлін, Дж. Волтерс) та чотирьох чоловіків (Ч. Крей, Р. Бренд, Р. Бренсон, Г. Ремзі).

Принципу повторюваності в творах художньої літератури приділялося багато уваги. Повтор є семантично значущим елементом, який формує змістову структуру тексту, на що звертали і звертають увагу як вітчизняні (О. Бекетова, П. Вдовиченко, Є. Іванчикова, І. Синиця), так і зарубіжні (О. Брик, Г. Гак, Н. Кожевникова, О. Шахматов,) лінгвісти. В українському мовознавстві до художнього прийому повтору на матеріалі художніх текстів зверталися М. Алефіренко, Ж. Гетьман, О. Огоновська, М. Плющ, С. Скляр, О. Фоменко та ін. Сучасна література про повтори засвідчує широкий спектр підходів до тлумачення цього художнього засобу.

Предметом нашого дослідження є виявлення структурно-функціональних і стилістичних особливостей лексичного і синтаксичного повтору в автобіографічних творах.

У художній мові розрізняють такі види повторів, як анафора (єдинопочаток), яка полягає в повторенні однакових звуків, слів чи синтаксичних конструкцій на початку суміжних висловлень; епіфора – повтор слів чи словосполучень у кінці кількох речень; кільце – повтор слів одночасно на початку і в кінці фрази; композиційний стик – повтори слів та словосполучень у кінці попередньої фрази й на початку наступної фрази [3: 237].

Цікавим є зауваження Ю. Лотмана про те, що повтор як фігура мови нічого не додає до змістовно-фактуальної інформації, але як експресивний стилістичний прийом він допомагає адресату сприймати глибинний пласт поетичного твору, змістовно-концептуальну інформацію [2: 165].

Текстовий повтор — явище, досить добре досліджене в лінгвостилістиці, як відзначалося раніше. Однак повтор як гендерна складова художнього тексту вивчався мало.

У ході нашого дослідження було встановлено, що жінки майже в 2,5 рази частіше (81/28) вдаються до використання повтору, ніж чоловіки. При цьому необхідно відзначити, що, наприклад, така стилістична фігура, як епіфора трапляється частіше в чоловічих автобіографіях (18%), ніж у жіночих (3%).

- *Food is bad, then – unbelievably bad* [6: 45].
- *It was an accident, a complete accident* [10: 100].

Анафора використовується практично в однаковому процентному співвідношенні: 38% від загальної кількості повторів у жіночих автобіографіях і 36% у чоловічих.

• *It was impossible for me to have been in the café with Dickson. It was impossible for anyone to have been in the café at all that day... because it wasn't open on Sundays!* [4: 169].

В автобіографіях чоловіків рідше використовується повтор, можливо, тому, що автори менше схильні писати про свої емоції й переживання. Якщо автор-чоловік і вдається до застосування повтору для підкреслення свого ставлення до того або того предмета, звичайно, це має велике значення для нього. У жіночому тексті частота використання повтору зростає, як

і емоційне забарвлення описуваних спогадів. Для жінки важливо передати свої емоції стосовно різноманітних подій у житті, як значних, так і не дуже. А синтаксичний прийом повтору допомагає підкреслити важливість тієї або тієї події для автора, допомагає висловити емоції:

- *I got horribly, horribly drunk* [8: 82].
- *Someone loved me. Someone wanted me* [9: 47].

Цікаво відзначити, у яких частинах мови найчастіше в чоловічому й жіночому тексті реалізується повтор. Автори-чоловіки в 25% використовують прикметник для повтору, а в 18% — іменники.

- *He was gobby, very gobby — he prided himself on telling the truth* [6: 16].
- *My God, how I missed my lovely, lovely boy* [4: 431].

Для жінок характерне використання дієслова при повторі (20%), а на другому місці використання прислівників (15%). При цьому тільки в 11% випадків жінки у своїх автобіографіях вдаються до використання прикметників. Також, у жіночих автобіографіях трапляється такий вид повтору (4%), як полісиндетон, який зовсім відсутній у чоловічих текстах: *And the Meehans had chartered a yacht, and the main party boat that year, and everybody was talking about the drugs and the hookers* [8: 82].

Полісиндетон пом'якшує перехід від одного речення до іншого. Його основна функція — об'єднання. Найбільш часто в полісиндетоні бере участь сполучник *and*, найбільш частотний сполучник усіх художніх текстів.

Ще однією характерною рисою жіночого тексту є використання повтору слів *так/немає* (11%). У чоловічому тексті повтор цих слів відсутній.

- *At Auntie's I could pretend there was no dad, no fear, no lying rigid in the bed while he pawed me* [5: 65].
- *Yes, Austin Mini, yes, that's right, mate, yes don't touch the windscreen wipers, mate, yes* [7: 161].

Гендерно-маркованим у тексті є й такий засіб, як порівняння. Порівняння виявляється потужним засобом характеристики явищ і предметів дійсності й значною мірою сприяє розкриттю авторського світовідчужання, виявляючи суб'єктивно-оцінне відношення письменника до фактів цієї об'єктивної дійсності.

Привертає увагу той факт, що в англійському тексті найчастіше використовують, згідно з нашим дослідженням, слово *like* як мовний показник порівняльної конструкції.

Необхідно відзначити, що досі немає достатнього числа наукових праць, присвячених гендерним дослідженням порівнянь. Якщо порівняння й вивчалися з погляду гендеру, то тільки як один із інших стилістичних засобів.

Наприклад, О.С. Александрова в роботі «Гендерна маркірованість англомовного новинного тексту (на матеріалі сучасної британської преси)» зазначає, що «чоловіка використовують більш різноманітні стилістичні фігури» й, говорячи, про порівняння приводить процентне співвідношення використання порівнянь. Для жінок воно становить — 21%, для чоловіків — 12% від загального числа стилістичних засобів [1: 13].

У ході нашого дослідження автобіографій було встановлено, що жінки дійсно більш схильні до використання порівнянь. У досліджуваних роботах було встановлено вживання порівняння зі словом *like* як мовного показника порівняльної конструкції в 154 випадках у жіночому тексті й у 126 випадках у чоловічому.

Як образ у порівнянні трапляються іменники – істоти і неістоти, деякі з яких можна відобразити у вигляді якоїсь групи, об'єднаною спільністю значення або приналежністю до одного або схожого класу явищ. Так, наприклад, часто використовують іменники, що позначають:

1) людей різного віку й статі, професії або роду діяльності. При цьому використовувати образи людини і т. д. більше властиво жінкам: *like a baby; like a child; like a nun; like teenager; like a footballer; like models; like an actor; like a matador*.

2) різні типи й класи тварин домашніх і диких: *like a gorilla; like monkey; like deer; like a dog; like rats; like bully*.

3) члени сім'ї як образи і як частина порівняння частіше використано в жінок: *like the mother; like a family; like parents; like the farmer's wife; like a fishwife*.

Також у жінок маємо порівняння з тими іменниками, які відсутні у чоловіків. Наприклад, це порівняння з деякими частинами тіла й з одягом: *like hat; like a glove; like foot; like a dead man's eye*. У чоловіків варто відзначити наявність порівнянь, що мають негативну семантику: *like a disaster; like a war; like a death*.

Далі наведена таблиця, яка дає загальне уявлення про характер використовуваних образів при порівнянні:

	жінки	чоловіки
людина	25%	21%
тварина	19%	16%
природа	5%	2%
їжа	3%	2%
родина	5%	2%
частини тіла	3%	-
одяг	2%	-

Можна зробити висновок, що порівнянь у жіночих текстах не тільки більше в кількісному співвідношенні, але вони більш різноманітні й належать до більшої кількості тематичних груп.

Проаналізовані нами приклади вживання порівнянь в автобіографіях свідчать про те, що автори свідомо застосовують порівняння, тому що порівняння служать, насамперед, для характеристики образу людини, її дій, її зовнішнього вигляду, манери поведінки та її емоційної поведінки й стану. Порівняння виявляється важливим стилістичним засобом, тому що активно використовується й у чоловічому, і жіночому тексті. Проте, для автора-жінки виявляється важливіше, чим для чоловіка давати характеристику тих людей, які описуються в спогадах.

Завдяки вживанню таких прийомів, як порівняння й повтор досягається яскравість оповідання, портрети персонажів робляться дуже достовірними й зрозумілими читачеві. За допомогою аналізованих засобів досягається експресивність в оповіданні. Однак більше ці засоби схильні використовувати автори-жінки, що свідчить про більший ступінь емоційності жіночого тексту. Також за допомогою аналізованих засобів досягається більший ступінь експресивності й оцінки саме в жіночому тексті. І це є одним з параметрів прояву гендерного фактора в художньому тексті.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Александрова Е.С.** Гендерная маркированность англоязычного новостного текста (на материале современной британской прессы): автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «германские языки» / Е.С. Александрова. – Волгоград, 2007. – 18 с. 2. **Лотман Ю.М.** Про поетів та поезії / Ю.М. Лотман // Аналіз поетичного тексту. Статті, і дослідження. Нотатки. Рецензії. Виступи. – СПб, 1996. – 846 с. 3. **Пономарів О.Д.** Стилістика сучасної української мови: [підручник] / О.Д. Пономарів. – К. : Либідь, 1992. – 248 с. 4. **C. Kray, R. McGibbon.** Me and My Brothers - Harper Perennial. An imprint of HarperCollinsPublishers 77-85 Fulham Palace Road, Hammersmith, London W6 8JB, 2008. – 461 p. 5. **J. Tomlin.** Behind Closed Doors - Hodder & Stoughton. Hodder & Stoughton Ltd A division of Hodder Headline, 338 Euston Road, London NW1 3BH, 2006. – 273 p. 6. **G. Ramsay.** Humble Pie - HarperCollinsPublishers. HarperCollinsPublishers 77-85 Fulham Palace Road, Hammersmith, London W6 8JB, 2006. – 285 p. 7. **J. Walters.** That's Another Story. The Autobiography - Phoenix. An imprint of Orion House, 5 Upper St Martin's Lane, London WC2H 9EA, 2009. – 305 p. 8. **S. Osbourne.** Extreme. My Autobiography - Time Warner Books. An imprint of Time Warner Book Group UK, Brettenham House, Lancaster Place, London WC2E 7EN, 2005. - 372 p. 9. **D. O'Dowd.** Cry Salty Tears – Century. Random House, 20 Vauxhall Bridge Road, London SW1V 2SA, 2007. – 249 p. 10. **R. Branson.** Losing My Virginity. The Autobiography – Virgin. Virgin Publishing Ltd, Thames Wharf Studios, Rainville Road, London W6 9HT, 1999. – 507 p. 11. **R. Brand.** My Booky Wook. - Hodder & Stoughton. Hodder & Stoughton Ltd, 338 Euston Road, London NW1 3BH, 2007. – 335 p.