

© М. В. Шпильман

DOI: [10.15293/2226-3365.1403.07](https://doi.org/10.15293/2226-3365.1403.07)

УДК 81.27 + 81.242

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ РЕЧЕВОЙ МАСКИ:**ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ И ПОИСК ОРИЕНТИРОВ***М. В. Шпильман (Новосибирск, Россия)*

В настоящее время гендерные исследования чрезвычайно актуальны и ведутся в рамках трех основных направлений: социо- и психолингвистическом, лингвокультурологическом и коммуникативно-дискурсивном. Цель статьи – рассмотреть понятия гендера и гендерных стереотипов применительно к коммуникативной стратегии «Речевая маска»: выявить условия успешности стратегии в зависимости от фактора адресата в случаях полного или частичного соответствия речевой маски гендерным стереотипам. Так, в ходе работы было выяснено, что, с одной стороны, маска должна опираться на гендерные стереотипы поведения и речи, с другой, – стопроцентное соответствие этим стереотипам, равно как и полное несоответствие им, делает речевую и поведенческую маску неубедительной и приводит к провалу стратегии. В то же время небольшие отклонения от стереотипов воспринимаются адресатом нормально и способствуют успешности коммуникативной стратегии.

Ключевые слова. *гендер, гендерные стереотипы, речевая маска, коммуникативная стратегия.*

Интерес к гендерной проблематике как в отечественном, так и в зарубежном языкознании неуклонно растет. А. В. Кирилина и М. В. Томская, делая обзор лингвистических гендерных исследований, отмечают, что в настоящее время они ведутся в рамках трех основных направлений: социо- и психолингвистическом, лингвокультурологическом и коммуникативно-дискурсивном. В рамках первого направления, из которого и выросли впоследствии два других, изучаются пробле-

мы языкового сознания, находящего отражение в письменных и устных текстах. Лингвокультурологическое исследование гендера – это, прежде всего, изучение стереотипов феминности и маскулинности и их функционирование в языке, а также гендерной метафоры и межкультурной коммуникации. Исследование речевого поведения женщин и мужчин, их взаимодействие в разных видах дискурса проводится в рамках третьего, коммуникативно-дискурсивного направления [1].

Шпильман Марина Владимировна – кандидат филологических наук, доцент кафедры современного русского языка, Новосибирский государственный педагогический университет.

E-mail: s.m.v@mail.ru

Собственно лингвистические исследования гендера оформились в самостоятельное, довольно разветвленное актуальное направление современного языкознания – гендерную лингвистику, или лингвистическую гендерологию (Е. И. Горошко).

Говоря о гендерной лингвистике, необходимо разграничить понятия пола и гендера, которые в бытовом смысле часто отождествляются. Так, А. Г. Кирова разграничивает эти понятия следующим образом: она говорит, что аспект **пол** важен при анализе семантики лексических единиц, а гендер – прагматическая категория, следовательно, понятие гендера шире понятия пола: «Если аспект «пол» значим для анализа семантики ряда лексических единиц, где пол является компонентом значения, то гендерные исследования в языкознании охватывают значительно более широкий круг вопросов, рассматривая конструирование мужской и женской идентичности как один из параметров говорящей личности, т. е. в рамках прагматики» [2, с. 139]. То есть гендер мыслится как социокультурная сущность, тогда как пол является биологической категорией.

Все исследования в рамках гендерной лингвистики в настоящее время сосредоточены так или иначе вокруг двух проблем: 1) как гендер отражается в языке и 2) как гендер отражается в речи. Решение первой проблемы – отражение гендера в языке – включает в том числе задачи описания и объяснения того, каким образом в языке отмечается наличие людей разного пола (особенности лексики, синтаксиса, категории рода и пр.), какие оценки приписываются мужчинам и женщинам, а также какие механизмы лежат в основе этого [3, с. 34–35].

Вторая проблема предполагает исследование коммуникативного поведения мужчин и женщин, для чего рассматриваются и анали-

зируются средства и контекст конструирования гендера, а также то, каким образом влияют на этот процесс социальные факторы и коммуникативная среда [3, с. 35].

Безусловно, у носителей любого языка существуют устойчивые представления не только о том, как должны или не должны вести себя женщина и мужчина, но и о том, как они должны или не должны говорить: «Гендер как продукт культуры отражает представления народа о женственности и мужественности, зафиксированные в фольклоре, сказках, традициях и, разумеется, в языке. В коллективном сознании присутствуют гендерные стереотипы – упрощенные и заостренные представления о свойствах и качествах лиц того или иного пола» [1]. В данной статье гендерные стереотипы понимаются вслед за А. Г. Кировой как «упрощенные, схематизированные, эмоционально четко окрашенные, устойчивые образы мужчин и женщин, распространяемые обычно на представителей той или иной гендерной общности независимо от личных особенностей тех или иных представителей» [2, с. 139].

Объектом настоящего исследования является гендерная речевая маска. Под речевой маской (РМ) понимается коммуникативная стратегия, предполагающая сознательную и целенаправленную эксплуатацию чужого речевого образа, речевого поведения на основании стереотипного представления о типовом исполнении той или иной социальной и/или гендерной роли. В случае гендерной РМ находятся стереотипные представления о различном использовании языковых средств женщинами и мужчинами и – шире – о мужском и женском речевом и неречевом поведении.

Учеными давно выделены и проанализированы на разных уровнях языковой системы устные (напр., Е. А. Земская, М. А. Китайгородская, Н. Н. Розанова) и письменные

(напр., Е. И. Горошко) особенности мужской и женской речи, среди которых традиционно выделяют объем фраз/предложений (тексты мужчин существенно короче текстов женщин); использование экспрессивно-оценочной лексики (в речи мужчин преобладают рационалистические оценки, редко присутствуют эмоциональные и сенсорные); эмоциональность речи (женская речь более эмоциональна); связность и логичность речи (более связна и логична у мужчин) и др.

Однако, как отмечают ученые, зачастую результаты исследований, касающиеся различия мужской и женской речи, противоречивы, поэтому в настоящее время считается, что «гендерные особенности должны рассматриваться в сочетании со статусом, социальной группой, уровнем образования, ситуативным контекстом и т. д., а также с учетом меняющейся ситуации в обществе» [1].

Интересен опыт Е. С. Ощепковой, анализировавшей способы идентификации пола автора по письменному тесту. Она разделила качественные и количественные признаки, по которым женская и мужская речь противопоставляются, на признаки первого и второго порядков.

Признаки первого порядка, как правило, не осознаются и не зависят от социальной роли человека, поэтому они труднее поддаются имитации и по ним возможно с большей степенью вероятности определить пол автора текста в случае, если он не известен. Сюда относятся следующие количественные признаки: количество слов и количество предложений (женщины пишут больше), количество ошибок (мужчины чаще делают ошибки), количество отрицательных частиц и приставок (женщины употребляют их чаще), разнообразие словаря (у мужчин словарь более разнообразен), количество терминов семантической безысклочительности (они более харак-

терны для речи женщин), употребление речевых клише (женская речь более клиширована); качественные: более частое название собственных эмоций женщинами.

Признаки второго порядка реализуют существующие в сознании носителей языка представления о мужском и женском стилях письма и могут быть сымитированы. Это такие признаки как предпочтение совершенного или несовершенного вида глаголов и глагольных форм, употребление конкретных и абстрактных существительных, предпочтение существительных мужского или женского рода, употребление частиц, а также более частое употребление первого или третьего лица личных местоимений [4].

Исследователь отмечает, что при сознательной актуализации того или иного пола признаки мужской или женской речи усиливаются [4], что и является поводом заподозрить наличие гендерной маски у автора. Причем с уверенностью можно говорить, что актуализация поведенческого стереотипа так же свидетельствует о маске. Рассмотрим примеры.

Речевая маска органично должна встроиться в маску поведенческую, совокупно организуя образ. Так, в романе Б. Акунина «Соккол и Ласточка» героиня (Летиция), чтобы попасть на корабль, вынуждена изображать юношу-лекаря. Для того чтобы заставить адресата поверить в реальность предъявляемого образа, необходимо воздействовать на разные каналы восприятия, и прежде всего – на визуальный. Тем более если речь идет об изображении человека противоположного пола. Поэтому в первую очередь изменяется внешность (1) и голос (2), сравните:

(1) *Милая моя подружка, я очень невысокого мнения о женской доле. Но как страшно с нею расставаться и, быть может, навсегда. Длинное платье и завитые*

кудряшки – неплохая защита от грубого, хищного мира. То, что позволительно даме, нипочем не сойдет с рук мужчине. На удар придется отвечать ударом, а не слезами. И в обморок не упадешь;

(2) Летиция очень робела, выходя на улицу. Ей казалось, что первый же встречный ее разоблачит. <...> С хозяином гостиницы Летиция договаривалась о комнате уже безо всякой боязни. Она назвалась лекарским учеником Эпином из испанской Фландрии, старалась говорить **побасистей**, отчего голос у нее прыгал, **в точности как у юноши в период созревания** (Б. Акунин. Сокол и Ласточка).

Дальнейшее «перевоплощение» предполагает имитацию мужского поведения и привычек (3) и, естественно, изменения лексики и манеры речи (4, 5), например:

(3) – ...**Выпьем за знакомство?**

– **Выпьем.** – **С замечательной выдержкой она хлопнула Логана по спине и лихо выпила.** То, что она закашлялась, а на глазах выступили слезы, вызвало у обоих штурманов взрыв хохота.

– **Ничего, привыкнешь!** – крикнул папашу Пом;

(4) Штурман использовал **два весьма пахучих словечка**, которые я повторять не стану. Я заметил, что Летиция повторила их про себя, пошевелив губами. Очевидно, в пансионате ее таким выражениям не научили.

– **Но почему капитан ... здесь, за обеденным столом, а не в своей каюте?** – **тут же применила она новоприобретенное знание на практике;**

(5) – **Подлый обманщик, я вытрясу из вас душу вместе с требухой!** – **процедила Летиция, воспользовавшись одной из метафор бешеной Марты** (Б. Акунин. Сокол и Ласточка).

Все странности этого юноши (неумение пить крепкий алкоголь, застенчивость, излишняя эмоциональность, воспитанность – особенности, которые можно отнести к гендерной роли женщины) прощаются ему, поскольку он проходит проверку команды в качестве лекаря. Этому в немалой степени способствует возраст «лекаря» в совокупности с профессиональными умениями.

Однако враз избавиться от гендерной роли невозможно: периодически она дает о себе знать в виде коммуникативных ошибок или, скорее, коммуникативных шероховатостей, которые идут вразрез с гендерными стереотипами. Например, считается, что женщины более эмоциональны, чем мужчины, однако если отклонение от стереотипа укладывается в рамки допустимой погрешности, это не мешает верить образу в целом: странности есть у всех. Так, девушка Ентл, выдавая себя за ешиботника Аншеля, в следующем примере реагирует совершенно по-женски, сравните:

Ешиботники пили наливку и поздравляли жениха. Аншель тоже отхлебнул немного и поперхнулся.

– **Ой, как жжжет!**

– **Какой же ты мужчина,** – *посмеивался Авидгор (Ицхак Башевис-Зингер. Ентл-ешиботник. Пер. Ю. Винер).* Спонтанная эмоциональная реакция, совершенно характерная для женщины, прощается мужчине, поскольку его оправдывает отсутствие определенного опыта.

Таким образом, можно говорить о том, что, изображая человека другого пола, ЯЛ приходится опираться, с одной стороны, на собственное представление о внешности, походке, манере речи изображаемого человека противоположного пола. И эти представления, безусловно, коррелируют с обобщенным образом мужчины или женщины, иначе говоря, с гендерными стереотипами.

С другой стороны, РМ – это стратегия, с помощью которой говорящий желает добиться вполне определенной цели. Поэтому он должен ориентироваться на условия конкретной коммуникативной ситуации, и прежде всего – на адресата РМ. Чтобы изобразить мужчину, важно не только знать, как, например, говорит мужчина, но и быть уверенным, что адресат представляет его себе точно так же. Однако представления об исполнении мужской гендерной роли у женщин и мужчин разнятся. Это можно проиллюстрировать следующим примером. По ходу развития сюжета романа «Сокол и Ласточка» мнимому юношелекарю Эпину предстоит переодеться женщиной. И эта роль, в отличие от роли лекаря, Летиции совершенно не удается, поскольку ее представление о том, как должна выглядеть и вести себя женщина, совершенно не совпадают с представлением мужчины, наравне с ней изображающего женщину:

– Паршивая из вас получилась красотка, Эпин, – говорил он, похохатывая. – Не то, что из меня. Поглядите, как я изящно держу спину, как пышно оттопыривается моя грудь. А вы похожи на жердь. Зря вы отказались напихать в лиф и на бедра тряпок. На девицу вы похожи, как деревянное сабо на бальную туфельку. Такая уродина может понравиться разве что дикарям с необитаемого острова, которые не видали других женщин, кроме своей слонихи.

И далее:

Логан шипел:

– Виляйте задницей, Эпин. И семените, семените! Что вы топаете, как журавль? Пару раз споткнитесь – женщины неловки. Пугливо озирайтесь, вот так.

Он показал, как надо озираться, да взвизгнул, да прикрыл рот ладонью (Б. Акунин. Сокол и Ласточка).

Летиция ведет себя естественным для конкретной женщины (самой себя) образом, тогда как Логан изображает стереотипную женщину, и Летиция в роли самой себя кажется ему неубедительной.

В рамках художественного произведения, моделирующего ситуацию применения гендерной РМ, мы имеем возможность оценить выбранную стратегию как удачную или неудачную. В реальной же коммуникации или в условиях интернет-общения это сделать сложнее. Однако существует ряд признаков (о них речь шла выше), которые позволяют «верить» или «не верить» декларируемому гендеру. К таким признакам можно отнести разделение на «женские» и «мужские темы», и нестандартность высказываемой точки зрения также может вызвать подозрения относительно соответствия декларируемой и реальной гендерной роли. Так, провокационная статья «Шесть причин не жениться на разведенке с ребенком» в одном из блогов интернет-проекта «Сноб» вызвала большое количество комментариев, абсолютное большинство которых содержало резко негативную оценку сути статьи и ее стилистики. Причем против позиции автора высказывались и женщины, и мужчины. Тем более примечателен факт поддержки авторской точки зрения комментатором с женским никнеймом, что и вызвало сомнение некоторых участников обсуждения в соответствии заявляемого и реального пола пишущего человека, например: *Я, конечно, не конспиролог и не графолог, но Вы окончательно меня убедили, дорогая «Анна», что не являетесь той, за кого себя выдаете. Возможно, Вы и существуете, но пишет здесь гражданин Селезнёв. Который, кстати, бесконечно повторяется, цитируя себя из статьи в статью.*

Попытки опровергнуть это предположение не только не разубеждают сомнеющихся-

ся, но и, напротив, убеждают в правоте предположения: «*Марианна, угомонитесь. Я Вам уже писала, что женский «почерк» отличается от мужского. И если читающий не слепец, то может легко определить пол пишущего. Или Вам трудно поверить, что Мужское Движение поддерживают сотни тысяч людей, в т. ч. и женщины? Перечитайте комментарии еще раз и, если Вы не слепая, то увидите, кто здесь разводит демагогию*». Интересно, что не сам факт поддержки «Мужского Движения», а способ вести диалог настораживает (спокойная грубость, скрупулезный анализ и последовательное опровержение реплик оппонента, вырванных из контекста, и, наконец, категоричность суждений и оценок), например:

«Я дочитал только до...» т.е. Вы не удосужились ознакомиться с материалом и критикуете его?; «самостоятельных жен-

щин» если бы были самостоятельными, не тянули бы с бывших мужей алименты, машины, недвижимост; «автор не выражает ни общую ни даже подавляющую точку зрения нормальных мужчин» автора поддерживают ТЫСЯЧИ мужчин; Назовите хотя бы пару-тройку причин, зачем брать в жены **ту, которая уже доказала свою несостоятельность, как жена и мать** и проч.

Таким образом, успешность гендерной РМ зависит от множества факторов и условий. С одной стороны, маска должна опираться на гендерные стереотипы поведения и речи, с другой, – стопроцентное соответствие этим стереотипам, равно как и полное несоответствие им, делает маску неубедительной и приводит к провалу стратегии. В то же время небольшие отклонения от стереотипов воспринимаются нормально и способствуют успешности коммуникативной стратегии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кирилина А. В., Томская М. В. Лингвистические гендерные исследования // Отечественные записки. – 2005. – № 2. – [электронный ресурс]. – URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/2/lingvisticheskie-gendernye-issledovaniya> (дата обращения: 16.12.2013).
2. Кирова А. Г. Развитие гендерных исследований в лингвистике // Вестник ТГПУ. – 2009. – Вып. 8. – С. 138–140.
3. Белова Н. В. Гендерные стереотипы языкового сознания // Вестник Московского государственного гуманитарного университета им. М. А. Шолохова. Филологические науки. – 2009. – № 1. – С. 34–38.
4. Ощепкова Е. С. Идентификация пола автора по письменному тексту: лексико-грамматический аспект: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2003.

DOI: [10.15293/2226-3365.1403.07](https://doi.org/10.15293/2226-3365.1403.07)

Shpilman Marina Vladimirovna, Candidate of Philology Sciences,
Associate Professor of the Department of Modern Russian
Language, Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk,
Russian Federation.
E-mail: s.m.v@mail.ru

GENDER ASPECT OF SPEECH MASK: THE PROBLEM AND SEARCH LANDMARK

Abstract

Currently, gender studies are extremely important and are conducted in three main areas: socio-and psycholinguistic, lingvo culturological, discursive and communicative. The purpose of the article – to consider the concepts of gender and gender stereotypes of communication strategy «Speech Mask»: to reveal the conditions of success of the strategy in depends on the destination factor in cases of full or partial correspondence between speech mask and gender stereotypes. Thus, during the work it was found that, on the one hand, the mask must be based on gender stereotypes of behavior and speech, on the other, – a wholly-compliance with these stereotypes, as well as a complete mismatch them, makes speech and behavioral mask unconvincing and leads to failure strategy. At the same time, small deviations from the stereotypes normally perceived by the addressee and promote the success of communication strategies.

Keywords

Gender, gender stereotypes, speech mask, communication strategy.

REFERENCES

1. Kirilina A. V., Tomskaya M. V. Linguistic gender studies. *Fatherland notes*. 2005, no. 2. (In Russian). Available at: <http://www.strana-oz.ru/2005/2/lingvisticheskie-gendernye-issledovaniya> (accessed 16.12.2013).
2. Kirova A. G. Development of gender studies in linguistics. *Bulletin of TSPU*, 2009, no. 8, pp. 138–140. (In Russian)
3. Belova N. V. Gender stereotypes linguistic consciousness. *Bulletin of Moscow State Humanitarian University. Philology*, 2009, no. 1, pp. 34–38. (In Russian)
4. Oshchepkova E. S. *Identification of sex author written text: lexical and grammatical aspect*. Cand. phil. sci. Diss. Moscow, 2003. (In Russian)