

здобувач кафедри практики
англійської мови
Східноєвропейського
національного університету
імені Лесі Українки

ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСЛОВЛЕНЬ КОМУНІКАНТА-ЕГОЇСТА

Актуальність нашого дослідження зумовлена загальною антропоцентричною спрямованістю сучасних лінгвістичних студій на вивчення особливостей мовленнєвої поведінки комунікантів крізь призму міжособистісної комунікативної взаємодії. Важливим є звернення до питань, пов'язаних із багатоаспектним вивченням сутності й функцій суб'єкта мовлення.

Лінгвісти досліджують багатоаспектність людського буття і його відображення в мові. Досліджується не лише мова і мовлення, а й мовленнєва поведінка людини, мовна особистість та проблеми її формування: дискурс акценту йованих мовних особистостей (Я.О. Бондаренко [2]); жартівник як комунікативна особистість (М.В. Мироненко [7]); вербальні та невербальні аспекти дискурсивної поведінки обманника (М.-М. О. Рибалко [9]) тощо.

Метою даної розвідки є висвітлення гендерних особливостей висловлень комуніканта-егоїста.

Вивчення комунікативної поведінки егоїста передбачає урахування відношення між анатомо-біологічними особливостями жінок і чоловіків і соціально-культурною надбудовою, в якій відбувається їх життєдіяльність. Уявлення про систему ролей осіб чоловічої і жіночої статі, стосунків між ними, стереотипів їх поведінки, прийнятих у певному соціумі, відображаються у понятті «гендер», що розуміється як результат трансформації біологічних категорій жіночої та чоловічої статі в соціальні категорії жінок і чоловіків. Гендер є сумою уявлень і очікувань, пов'язаних у суспільстві з жіночністю і чоловічістю, соціальна стать, що синтезує культурне і біологічне в людині [12, с. 310].

Дослідники виокремлюють загальнонаукові й лінгвістичні принципи аналізу гендера. Лінгвістичними принципами вважаються динамічність і змінність цієї категорії в мові й комунікативних ситуаціях: вона виявляється з різною інтенсивністю й нерідко взагалі зникає в деяких дискурсах. Лінгвіст О. Вороніна встановлює сім підходів до визначення гендера: він розглядається як соціально-демографічна категорія, соціальна конструкція, суб'єктивність, ідеологічний конструкт, мережа, технологія й культурна метафора [3].

Гендерні особливості характеризують мовлення, манеру поведінки й моделі сприйняття світу чоловіками й жінками. Відмінність чоловічого і жіночого світобачення впливає на комунікацію. Аналізуючи маскуліність, науковці зазначають, що в мові найчастіше вживається стереотип гегемонної маскуліності (*hegemonic masculinity*) як зразок для наслідування [14]. Гегемонна маскуліність, яка відображає поняття «справжнього чоловіка», вважається зразком й ідеалом маскуліності, і прагнення слідувати цьому зразку заохочується в суспільстві.

Психологічні дослідження показують, що в представників чоловічої статі вище прагнення до лідерства, переважає спрямованість на конкуренцію, виявляється бажання отримати владу, вигоду і незалежність [1]. Чоловіки відрізняються від жінок прагненням домінувати в бесіді. Специфічними рисами їх мовленнєвої поведінки є наполегливість, авторитарність, вимогливість, намагання захопити ініціативу в розмові [19, с. 157]. Науковець Р. Лакофф, праці якого є базовими в галузі феміністської лінгвістики, зазначає, що чоловікам притаманна наступальність, менша кооперативність і часте використання директивних мовленнєвих актів [20]. Чоловіки частіше, ніж жінки, нетактовно переривають співрозмовника, стежать за тим, щоб він не відхилився від теми розмови.

Американський психолог Р. Левант вказує на таку особливість чоловічої мовленнєвої поведінки, як нездатність зв'язати слова з емоціями (алекситимія), тобто недостатність уміння ідентифікувати, висловити й описати свої власні емоційні стани, зокрема теплоту, турботу, печаль або біль. На думку дослідника, причина цього факту криється у вихованні, коли в дитинстві від хлопчика не вимагають прояву емоцій, швидше навіть, це є небажаним. У результаті чоловіки схильні до чіткого прояву і вміння вербалізувати лише одну емоцію – гнів [21].

Ще однією особливістю мовленнєвої поведінки більшості чоловіків виступає феномен психологічної «глухоти», суть якої – сконцентрованість лише на темах, які цікаві чоловікам і відсутність орієнтації на мовця. Для них характерне небажання сприймати побутові проблеми, переключатися на контактостановлюючі теми, особливо коли комунікантом є чоловік [5, с. 115].

Лінгвіст Д. Таннен у своїх дослідженнях гендерного дискурсу виділила параметри, за якими мовлення чоловіків відрізняється від мовлення жінок: інтимність, спільність – незалежність; близькість – статусна нерівність; включеність – виключеність співрозмовника; стосунки – інформація; дружелюбність – повідомлення; колективізм – змагання; постановка проблеми – пошук рішення; новачок – експерт; слухач – ментор [23].

Дослідники наголошують на таких відмінних рисах жіночої мовленнєвої поведінки [16]: жінки частіше вдаються до зменшувальних суфіксів; в їх мові більше форм ввічливості й пом'якшення, наприклад, тверджень у формі питань, ілюзія невпевненості за відсутності самої невпевненості; в їхній мовленнєвій поведінці відсутня домінантність, вони краще слухають співрозмовника і зосереджуються на його проблемах. Тобто, в цілому, таку мовленнєву поведінку жінок називають «гуманною».

Жінки націлені на гармонійне спілкування. Їх мовленню притаманні зацікавленість, доброзичливість, увага до комунікативного партнера [19, с. 157]. Результати гендерних досліджень стратегій увічливості показали,

що жінки ввічливіші за чоловіків, більшою мірою дотримуються правил мовленнєвого спілкування [6, с. 92]. Загалом жіноча стратегія вважається стратегією солідарності (*cooperative*), а чоловіча – конкуруючою (*competitive*) [10, с. 152]. У мовленні жінки частіше послуговуються непрямими висловленнями, ніж чоловіки, оскільки жіноча мовленнєва поведінка відзначається завуальованістю [23, с. 41]. На думку Х. Котткоффа, лінгвістів сьогодні цікавить не те, як говорять чоловіки і жінки, а те, за допомогою яких мовних засобів, тактик і стратегій вони створюють певні контексти [18, с. 12].

Людина, яка проявляє егоїстичну направленість, реалізує егоїстичні тенденції у своїй поведінці, безпосередньо відображає її в міжособистісних стосунках [11]. Особливо часто чоловікам приписують такі якості, як егоїзм, прагнення до домінування, амбітність, владність, силу, бездушність і, навіть, жорстокість, прагнення підкорити протилежну стать, демонструючи про цьому зневагу і ставлення до жінок як до «другого сорту». Наприклад:

1) *“The woman has really no right of choice,” – I responded, for this was my pet argument and I took pleasure in setting it forth – “She must mate wherever she has the chance of being properly maintained. A man is always a man,—a woman is only a man’s appendage, and without beauty she cannot put forth any just claim to his admiration or his support”* [15, с. 37].

Комунікант-егоїст Джеффри, застосовуючи модальне дієслово облігаторності *must*, висловлює думку про те, що жінки повинні користися (*She must mate wherever*), оскільки вони можуть бути лише власністю чоловіка і доповненням до нього (*a man’s appendage*).

Егоїзм проявляється у всіх сферах людського буття, і в соціальній поведінці чоловіків і жінок зокрема. Науковці, проаналізувавши дані про гендерну відмінність у феномені альтруїзму, прийшли до висновку, що альтруїстів серед людей у шістнадцять разів менше, ніж егоїстів, а серед жінок їх у три рази більше, ніж серед чоловіків [4]. Письменник та журналіст В. Овчинников наводить дані соціологічного дослідження, які показують, що англійські жінки вважають найбільшим недоліком чоловіків егоїзм (56%), у той час як чоловіки засуджують жінок у сварливості, дурості, марнотратстві й егоїзмі також (лише 17%) [8]. Розглянемо приклад:

2) *The wives were sympathizing with each other in slightly raised voices.*

‘Whenever he sees I’m having a good time he wants to go home.’

‘Never heard anything so selfish in my life.’

‘We’re always the first ones to leave.’

‘So are we.’

‘.../ In spite of the wives’ agreement that such malevolence was beyond credibility, the dispute ended in a short struggle, and both wives were lifted kicking into the night [17, с. 57].

У цьому прикладі жінки обмінюються співчутливими репліками і нарікають на егоїзм своїх чоловіків (*Never heard anything so selfish in my life*). Між тим чоловіки не звертають на розмову жінок уваги і врешті-решт перемагають (*the dispute ended in a short struggle*).

Доповненням до егоїзму є нарцисизм, який, як показав аналіз ілюстративного матеріалу, притаманний і чоловікам, і жінкам. Наприклад:

3) *Sometimes I feel like I’m the most conceited guy in the world, like I’m the center of admiration of every single girl. I look at myself in the mirror every day and every night. I haven’t met a mirror that I did not like. If anyone ever stepped in front of my mirror we’d probably have a fight. When I look in the mirror I see the guiding light* [13];

4) *When Betty left, Kahache opened the closet door and looked at herself in the mirror /.../*

She had long arms and long, skinny legs. Her eyes were big with long lashes, and the rest of her small face was a big mouth, slim lips, and long brown hair that hung down to the waist of her thread-bare peasant dress /.../.

Then she kissed herself and said, «But don’t you worry, Kahache. I love you» [22].

Наведені приклади свідчать про те, що нарцисистичні особистості люблять милуватися собою в дзеркалі. Невербальне втілення нарцисизму бачимо на фотографіях, розміщених нижче:



Проведений аналіз ілюстративного матеріалу уможливило зробити висновок про те, що чоловіки частіше виступають комунікантами-егоїстами (78%), ніж жінки (22%). Загалом аналіз гендерного аспекту висловлень комунікантів-егоїстів не суперечить думці дослідниці І.Г. Серової [10, с. 155] про те, що гендерні стереотипи мовленнєвої поведінки є відображенням диференціації соціальних ролей чоловіка і жінки, які, тим не менше, можуть коригуватися в той чи інший бік під впливом професійної чи іншої необхідності.

Література:

1. Бендас Т.В. Гендерная психология / Т.В. Бендас. – СПб. : Питер, 2007. – 431 с.
2. Бондаренко Я.О. Дискурс акцентуированных мовних особистостей: комунікативно-когнітивний аспект (на матеріалі персонажного мовлення в сучасній американській художній прозі) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Я.О. Бондаренко ; Київ. нац. лінгв. ун-т. – К., 2002. – 236 с.
3. Воронина О.А. Основы гендерной теории и методологии // Теория и методология гендерных исследований : курс лекций / под общ. ред. О.А. Ворониной. – М. : Моск. центр гендер. исслед., 2001. – С. 101–105.
4. Громко Д.И. Феномен альтруизма и его гендерные различия / Д.И. Громко // Одес. нац. ун-т им. И. И. Мечникова, Науч. сообщество студ. и асп. психол. фак. – 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://nssa.do.am/publ/nauchnye.../gromko...fenomen.../3-1-0-12>.
5. Земская Е.А. Особенности мужской и женской речи / Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова // Русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект. – М. : Наука, 1993. – С. 90–136.
6. Мартынюк А.П. О реализации принципа вежливости в речи женщин и мужчин / А.П. Мартынюк // Вестник Харьк. ун-та. – 1989. – № 339. – С. 89–92.
7. Мироненко М.В. Шутник как коммуникативная личность : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.19 / М.В. Мироненко ; Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2005. – 211 с.
8. Овчинников В.В. Корни дуба / В.В. Овчинников. – М. : Мысль, 1980. – 300 с.
9. Рибалко М.-М. О. Вербальний та невербальний аспекти дискурсивної поведінки обманника (на матеріалі сучасної англомовної художньої прози) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук : спец. 10.02.04 / М.-М. О. Рибалко. – Київ, 2008. – 22 с.
10. Серова И.Г. Гендерные стратегии речевого поведения и проблемы самоидентификации / И.Г. Серова // Язык как функциональная система : сб. ст. к юбилею Н.А. Кобриной. – Тамбов : Изд-во Тамб. ун-та, 2001. – С. 151–155.
11. Тиводар А.Р. Психология события личности в браке / А.Р. Тиводар. – Краснодар : КубГУ, 2008. – 419 с.
12. Шкіцька І.Ю. Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект / І.Ю. Шкіцька ; за наук. ред. В.М. Бриціна. – К. : Вид. дім Д. Бураго, 2012. – 440 с.
13. Chiume J. M. The Way I See It! / Jessie M. Chiume. – Bloomington, U.S.A. : Author House, 2010. – 68 p.
14. Connell R. W. The Big Picture: Masculinities in Recent World History / R. W. Connell // *Theory & Society*. – 1993. – Vol. 22, No. 5. – P. 597–623.
15. Corelli M. Sorrow of Satan [Electronic resource] / Marie Corelli // Feedbooks. – Access mode : <http://www.goodreads.com/ebooks/download/15341513?doc=24467>.
16. Homberger D. Männersprache – Frauensprache: Ein Problem der Sprachkultur? / Dietrich Homberger // *Muttersprache*. – 1993. – S. 89–112.
17. Fitzgerald F.S. The Great Gatsby [Electronic resource] / F. Scott Fitzgerald. – Access mode : <http://www.planetebook.com/The-Great-Gatsby.asp>.
18. Kotthoff H. Die Geschlechter in der Gesprächsforschung. Hierarchien, Theorien, Ideologien / H. Kotthoff // *Der Deutschunterricht*. – 1996. – No. 1. – S. 9–15.
19. Kramer Ch. Perceptions of Female and Male Speech / Cheri Kramer // *Language and Speech*. – 1977 (Jun). – Vol. 20, Pt. 2. – P. 151–161.
20. Lakoff R. Language and Women's Place / Robin Lakoff // *Language in Society*. – 1973. – No. 2. – P. 45–79.
21. Levant R. Masculinity Reconstructed / Ronald F. Levant, Gini Kopecky. – N.Y. : Dutton, 1995. – 320 p.
22. Mathews M. D. A Journey to the Unknown of a Young Girl Named Kahache: A Biography / Mauricia D. Mathews. – Victoria, Canada : Trafford Publishing, 2006. – 221 p.
23. Tannen D. You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation / Deborah Tannen. – N.Y. : William Morrow, 1990. – 330 p.

Анотація

О. МЕЛЬНИК. ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСЛОВЛЕНЬ КОМУНІКАНТА-ЕГОЇСТА

У статті проаналізовано гендерні особливості висловлень комуніканта-егоїста. З'ясовано, що чоловіки частіше виступають комунікантами-егоїстами, ніж жінки. Розглянуто нарцисизм, який притаманний і чоловікам, і жінкам.

Ключові слова: гендер, комунікант-егоїст, нарцисизм.

Аннотация

Е. МЕЛЬНИК. ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВЫСКАЗЫВАНИЙ КОММУНИКАНТА-ЭГОИСТА

В статье проанализированы гендерные особенности высказываний коммуниканта-эгоиста. Выяснено, что мужчины чаще выступают коммуникантами-эгоистами, чем женщины. Рассмотрен нарциссизм, который присущ и мужчинам, и женщинам.

Ключевые слова: гендер, коммуникант-эгоист, нарциссизм.

Summary

O. MELNYK. GENDER PECULIARITIES OF COMMUNICANT-EGOTIST UTTERANCES

The article deals with gender peculiarities of communicant-egotist utterances. The author has come to the conclusion that men are more egotistic than women. Besides, the symptoms of narcissistic personality disorder can be found in both men and women.

Key words: gender, communicant-egotist, narcissism.