

УДК 3056316.77

ЛЮДМИЛА КОРНЕВА

(Полтава)

## ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ КОМУНІКАЦІЇ

*Ключові слова:* гендер, комунікація, мовленнєва поведінка, маскуліність, фемінність.

Кінець ХХ століття був означений появою нової галузі знань – антропологічної лінгвістики, об'єктом вивчення якої є живе людське начало в мові – мовна особистість у конкретному вимірі. Особливо активно ведеться дослідження й опис мови у зв'язку з феноменом статі, але не біологічної, а соціальної – так званого гендеру. Під гендером розуміють сукупність сформованих культурою біологічних і мовленнєвих ознак, соціальних ролей, особливостей психіки та поведінки, якими ризняться чоловіки та жінки [6, с.131].

Лінгвістичний аспект гендеру охоплює дві групи проблем: 1) аналіз мови з погляду відображення в ній статі (номінативна система, лексикон, синтаксис, категорія роду тощо); 2) комунікативна в цілому та мовленнєва зокрема поведінка чоловіків та жінок. Учені активно долучаються до лінгвістично зорієнтованих гендерних досліджень [див. огляд 1; 5], але не можна стверджувати, що українська мова й українська мовна особистість вивчені в ракурсі статево-рольових характеристик. Так, наприклад, у науці до цього часу не склалася єдина концепція вивчення гендеру в комунікації, мовленнєва поведінка чоловіків та жінок аналізується не в комплексі, та й, узагалі, більше уваги приділяється жіночому мовленню та фемінності. Як результат – ми дуже мало знаємо про «чоловічу» мову й маскуліність. Між тим, виявлення чітких відмінностей, що притаманні усім аспектам комунікативної поведінки осіб різної статі, має не тільки теоретичну, а й практичну значущість. Знання гендерних особливостей спілкування дозволяє уникати комунікативних невдач, сприяє досягненню взаєморозуміння чоловіків і жінок, дає можливість виявити гендерні стереотипи, відповідає потребам криміналістичної експертизи тощо.

Ураховуючи все сказане вище, мета нашої статті – розглянути основні риси комунікативної поведінки чоловіків – є актуальною. Зазначимо, що для адекватного опису ми будемо інколи використовувати контрастивний підхід, порівнюючи особливості спілкування чоловіків і жінок.

Комунікативна поведінка – сукупність норм і традицій спілкування народу, які визначаються культурою суспільства, екстралінгвістичною ситуацією, індивідуальною культурою індивіда та його приналежністю до певної групи – професійної, гендерної, соціальної, вікової [7]. Саме вплив соціальної статі на вербальну й невербальну комунікацію дав можливість говорити про існування гендерлектів (за аналогією з діалектами) – чоловічої та жіночої мов і, відповідно, двох культур – чоловічої та жіночої. При цьому чоловіча мова

часто розглядається як норма, а жіноча – як відхилення від неї. Але чи можна взагалі говорити про існування феноменів чоловічої та жіночої мов?

На перший погляд, це твердження істинне, тим паче, що існують науково обґрунтовані психолого-фізіологічні причини диференціації мовної поведінки чоловіків та жінок. Психологічна наука дає підстави стверджувати, що існують і почуття, які переживають тільки жінки або тільки чоловіки; є думки, які формуються у свідомості тільки жінки чи тільки чоловіка, а отже, є відповідний цим настановам вибір мовних засобів, природний для одних і необов'язковий для інших [8].

Слід зауважити, що у формуванні чоловічого й жіночого стилів спілкування важливу роль відіграє свідомість людей, що знаходиться під впливом гендерних стереотипів – культурно й соціально обумовлених поглядів на якості, атрибути та норми поведінки представників двох статей. Від самого народження у процесі взаємодії зі своїм оточенням дитина змушена опанувати роль чоловіка або жінки. Дівчатка та хлопчики виростають у різних світах, граються в різні ігри: групові розваги хлопців мають чітку ієрархію, місце в якій визначається суперечками та бійками. Виховання чоловіків спрямоване перш за все на формування таких якостей, як сила, витривалість, стриманість, наполегливість, почуття обов'язку та ін. Чоловічість (маскулінність) повинна виявлятися в осіб чоловічої статі у будь-яких формах поведінки, у тому числі й у комунікативній.

Але людина не може постійно бути носієм виключно фемінних чи маскулінних якостей і постійно відповідати штучним стандартам статі. Цілком закономірним тому є вияв у особистості рис поведінки, що не відповідають гендерним стереотипам. Одна й та ж сама людина в різних комунікативних ситуаціях виявляє й різну мовленнєву поведінку, а гармонійне поєднання її чоловічих та жіночих особливостей робить спілкування більш багатим і успішним. Цей факт ще раз підкреслює – маскулінність і фемінність не протилежні, а взаємопов'язані категорії, отже, межа між чоловічою та жіночою мовами є умовною й легко долається.

Таким чином, гендерні відмінності формуються на основі біологічної статі, але не визначаються тільки нею. Гендер – це безперервний процес продукування суспільством відмінностей у чоловічих і жіночих ролях, ментальних та емоційних характеристиках, і врешті-решт – у мовленнєвій поведінці. Якщо говорити саме про мовленнєву поведінку (яка є об'єктом нашої уваги), особливості її чоловічого й жіночого варіантів залежать також від мови, від її андроцентризму [3]. Однак носії української незалежно від статі послуговуються одними й тими ж мовними одиницями, відмінності між їх мовами можливі, але не обов'язкові.

Отже, чоловіки й жінки тільки намагаються говорити тією мовою, яку суспільство та вони вважають типовою, відповідною їх статі. І ми можемо дати на поставлене вище питання заперечну відповідь – не існує такого поняття, як чоловіча або жіноча мова. Є два основні стилі спілкування, що асоціюються з чоловічою або жіночою мовленнєвою поведінкою – маскулінний

та фемінний, і вибір одного з них визначається не статевою приналежністю, а гендерною самоідентифікацією особистості. Тому надалі ми вживаємо термін «чоловіча мова» (так само як і «жіноча мова») умовно, пам'ятаючи, що однозначно говорити про особливості спілкування чоловіків, унаслідок зазначених вище причин, не можна.

Але це зовсім не означає, що не існує й певних відмінностей, притаманних мовленнєвій поведінці чоловіків та жінок. Ці відмінності стосуються, поперше, комунікативної поведінки загалом та виявляються в типових стратегіях і тактиках ведення розмови, виборі тем спілкування та способів досягнення успіху в ньому, ступені впевненості, ввічливості та кооперативності висловлювання тощо. По-друге, відмінності спостерігаються на всіх рівнях мови: фонологічному, лексичному, граматичному.

Учені вважають, що типовий чоловік агресивний, заповзятливий, незалежний, домінує, має ділові навички, легко приймає рішення, приховує емоції. Ці та інші характеристики визначають перш за все мету комунікації. Спілкування для чоловіків – це засіб вирішення проблем, що виникають, а мовлення вони використовують переважно задля отримання інформації та самоствердження. Для них основне – привернути до себе увагу й підтримувати її, демонструючи власні знання та інформованість. Ці глибинні інтенції рідко усвідомлюються мовцями, але активно впливають на сценарій чоловічої мовленнєвої поведінки.

У культурній свідомості суспільства стереотипне уявлення про спілкування чоловіків закріпилося у виразах «чоловіча розмова», «поговорити по чоловічому» (пор.: бабські розмови, бабські плітки). Поняття чоловічої розмови стосується перш за все її тематики, яка відображає гендерні переваги. Чоловіки між собою полюбляють говорити про техніку й технічний прогрес, навіть не маючи до цього професійного відношення. Обговорення техніки з адресатом часто пов'язане зі світом захоплень та хобі чоловіків. Авто, мотоцикли, знаряддя для рибальства, зброя, комп'ютерні ігри, музика, спорт – ось неповний перелік подібних тем. Значне місце в розмовах чоловіків посідає тема жінок (в основному обговорюються їх зовнішність і поведінка) та сексу.

Частіше за жінок чоловіки звертаються у розмовах до політики, економічної ситуації, подій у світі, досягнень науки, а от тема здоров'я потрапляє у розряд пріоритетних тільки з віком (улюблену тему жінок – власну зовнішність – чоловіки не часто схильні обговорювати). Не полюбляють представники сильної статі спілкуватися на побутові теми, оскільки навіть гарний сім'янин вважає домашню діяльність чимось другорядним, важким, зайвим, не чоловічим, а отже, не вартим розмов.

Чоловікам притаманна однолінійність спілкування, зосередженість на одній темі. Більш того, особливістю багатьох із них є так звана психологічна глухота [2]: розмовляючи, чоловіки не звертають уваги на те, що відбувається поруч і можуть не реагувати на репліки, що не пов'язані з темою бесіди. При цьому вони більше уваги звертають на суть висловлювання, деталі їх мало цікавлять, тому чоловіки не говорять більше, ніж потрібно для передачі осно-

вної інформації. Думки свої вони виражають прямо, логічно, крок за кроком вибудовуючи висловлювання, тому їх дратує жіноча звичка говорити натяками та про другорядне.

Чоловіки, чия самооцінка пов'язана з почуттям компетентності та володіння ситуацією, намагаються взяти на себе й контроль за перебігом спілкування. Їх комунікативній поведінці притаманне використання стратегій домінування, що особливо яскраво виявляється у спілкуванні з жінками. Найчастіше чоловіки вдаються до таких прийомів, як багатослів'я (говорять більше й довше), контроль теми (уникають неприємних тем; не відступають від основної або, навпаки, замінюють її; ігнорують коментарі), перебивання співрозмовника, відсутність реакції на його мовлення або її неадекватність, мовчанка тощо. Усі ці засоби дають можливість маніпулювати іншою особистістю, стверджуючи власну незалежність та маскуліність, соціальний статус.

Цей чинник визначає й більшу схильність чоловіків до монологу, вони люблять «слухати себе», думки, а тим більше настрої, співрозмовника їх мало турбують. Власну думку вони висловлюють безапеляційно, більш категоричні у формулюваннях, а в діалогах схильні оспорювати твердження партнера, виражати незгоду. Чоловіки всіляко намагаються продемонструвати власну компетентність, довести правоту, дати пораду, тому їх манера спілкування більш конфліктна й агресивна. Жінки в цьому відношенні більш поступливі, для них основне – контакт зі співрозмовником, який досягається у діалозі.

Чоловічий стиль спілкування характеризується також емоційною стриманістю, бо для них важливішим є зміст спільної мовленнєвої діяльності, а не симпатії до партнера. У той же час негативні емоції – гнів, роздратування, невдоволення, обурення – прерогатива чоловіків. В українській культурі є фактор виховання, який проголошує, що жінка у вияві негативних активних емоцій повинна бути більш стриманою, ніж чоловік. З іншого боку, чоловіки вихованням обмежені у вияві пасивних емоцій – болю, образи, печалі, захвату («Не плач, ти не дівчинка»).

Аналіз власне мовленнєвої поведінки свідчить про те, що чоловіча та жіноча мови мають відмінності на всіх рівнях. Ще раз нагадаємо, що не можна говорити про універсальність цих відмінностей, а тільки про типовість їх виявлення у чоловіків або жінок.

Російські вчені [2, с. 99-110], узагальнюючи власні дослідження і спостереження англійських та американських науковців, виділили ряд фонетико-фонологічних рис жіночого мовлення. Відповідно, типова чоловіча мова характеризується: більш низьким рівнем основного тону; ширшим голосовим діапазоном; меншою здатністю до вільної зміни голосового регістру; більшою силою голосу; лабіалізацією та назалізацією. Ці особливості обумовлюють різне сприйняття голосу чоловіка й жінки: жіночий голос більш мелодійний, може передавати більше нюансів почуттів, тому жінки частіше виражають свої емоції за допомогою інтонації (чоловіки віддають перевагу лексичним засобам). Чоловічий голос за рахунок більш широкого діапазону та сили зву-

чить вагомо й категорично, цьому сприяють деякою мірою темп мовлення (повільніший за жіночий) та триваліші паузи.

На морфологічному рівні гендерні відмінності виявляються в частотності вживання форм слів та певних частин мови. Щоправда, вчені не мають єдиної точки зору щодо співвідношення частин мови у чоловіків та жінок. Сумніву не викликає тільки твердження про те, що в чоловічому мовленні менше зустрічається вигуків (жінки за їх допомогою передають емоції, найчастіше уживаючи багатозначне Ой!); фативів-процесивів – елементарних сигналів уваги (ага, угу, так), якими жінки активізують і стимулюють розмову; модальних слів, що свідчать про невпевненість мовця (мабуть, по-моєму).

На відміну від жінок чоловіки менше вживають і слів зі зменшувально-пестливими суфіксами -очк-, -ечк-, -еньк- тощо. Подібні форми в чоловічому мовленні зустрічаються тільки тоді, коли йдеться про маленьких дітей чи близьких людей або коли описуються маленькі розміри чогось. Жінки ж використовують демінутиви для емоційної передачі своїх багатогранних відношень з довкіллям.

Основними синтаксичними рисами чоловічого мовлення є розгорнуті висловлювання, складні синтаксичні цілі, переважне вживання повних речень та активних конструкцій, експліцитне вираження імперативів (пор.: чоловіче «Закрий вікно» і жіноче «Мені холодно» в одній і тій же комунікативній ситуації). Менше чоловіки вживають питальних речень типу «Ви так вважаєте?», «Ви згодні?», оскільки більш впевнені в собі та не переймаються реакцією співрозмовника. Репліки-реакції (так, ні, ну) у мовленні чоловіків рідко використовуються як актуалізатори ведення діалогу, запрошення приєднатися до розмови, оскільки вони не схильні до кооперативної бесіди.

Але чи не найбільше особливостей вирізняється в лексиці чоловічого мовлення. Перш за все – це активність вживання певних груп слів, що зумовлено актуалізацією різних асоціативних полів мовної картини світу представниками протилежних статей. Типовими для лексики чоловіків є слова, пов'язані зі стереотипно чоловічими темами. Фактор професії теж впливає на мовлення чоловіків, що призводить до активного функціонування навіть в невимушеному спілкуванні професійної термінології. Загалом, чоловіки при виборі лексичних одиниць більше уваги приділяють точності найменування (за винятком хіба що назв кольорів та їх відтінків, що їх розрізняють жінки: лавандовий, маренго, сіро-бежевий тощо).

Актуальними є й лексико-стилістичні розбіжності в мові чоловіків та жінок, при цьому обмежені у вживанні слова (неологізми, архаїзми, діалектизми) частіше зустрічаються в мовленні чоловіків. Чоловічій мові властива загальна тенденція до використання експресивних, зазвичай стилістично низьких засобів – вульгаризмів, табуованої лексики, інвективів. Це пояснюється тим, що чоловіки хочуть відповідати стереотипам маскулітності (виглядати круто, як говорять у народі), тому вони нехтують етичними нормами суспільства. Інвективи використовуються ними ще й як слова-паразити, почасти від мовної недосконалості. Крім того, як стверджують вчені, наприклад,

В.Михайлин, інвективи, матірні слова – це чоловічий код, що виник у чоловічому колективі. Жінки вдаються до подібної лексики переважно у стресовому стані або демонструючи невимушеність спілкування та психологічну розкутість.

Гендерні відмінності виявляються не тільки у вербальному спілкуванні, але й у невербальному. Жести, міміка, пози, рухи, погляд є значущими для соціальної взаємодії, особливо в тій її частині, коли йдеться про трансляцію оточуючим свого ставлення, оцінки, емоцій тощо.

Встановлено, що невербальна семіотика гендеру визначається особливостями суспільств та культур, до яких належать чоловіки й жінки [4]. Тому, звичайно, більшість виявів мови тіла буде однаковою для всіх представників нації, незалежно від їх статі. Так, наприклад, жести у чоловіків та жінок переважно різняться формою реалізації: у перших вони більш різкі та чітко виявлені. Говорячи неправду, людина може потирати віко, але чоловіки роблять це енергійно, а жінки – дуже делікатно, проводячи пальцем під оком. Однак існують і специфічні чоловічі та жіночі жести. Почісування потилиці, потирання рук або підборіддя, удар кулаком по столу, обценні жести притаманні чоловікам.

Пози теж можуть бути гендерно маркованими й відображати найбільш узагальнений стереотип: мова чоловіків – мова домінування, мова жінок – мова підпорядкування. Чоловіки ніби намагаються зайняти максимум простору, продемонструвати свою значущість та розкутість: стоять з широко розставленими ногами й високо піднятою головою, руки при цьому можуть тримати в кишенях; у кріслі сидять розвалившись, а на стільці – розвівши коліна і нахилившись у бік співрозмовника тощо.

Оскільки чоловіки не схильні вільно виявляти свої почуття, їх міміка не така багата, як жіноча. Спостерігаючи за спілкуванням осіб різної статі, можна помітити, що вираз чоловічого обличчя практично не змінюється, тоді як жінка встигає декілька разів його змінити. Крім того, чоловік, якщо й виражає емоцію (страх, відразу, здивування, радість), то її за маловиразними мімічними виявами дуже важко розпізнати.

Побуває думка, що чоловіки й посміхаються менше, ніж налаштовані на доброзичливість жінки. Це важко довести або заперечити, але мотивація використання посмішки різна: жінки посміхаються не тільки, щоб виразити почуття щастя, задоволення, радості, але й задля встановлення контакту. Чоловіки використовують сміх ще й для маскування негативних емоцій – роздратування, страху, зніченості. У цьому виявляється дія стереотипу «приховувати справжні почуття – це по-чоловічому».

Подібна установка обумовлює й особливості погляду під час спілкування: чоловіки в очі співрозмовника дивляться на 1-3 сек. менше, ніж жінки. Прямий довгий погляд є для чоловіків сигналом агресії, ненависті, бажання принизити. Типово маскуліним є і так званий «погляд, що роздягає», він свідчить про сексуальну енергетику та пристрасть. Дивлячись так на жінку, чоловік свідомо порушує норми поведінки, виставляючи себе невихованим

нахабою. Але він таким чином самозатверджується й реалізує стереотип «чоловік – хазяїн ситуації».

Як бачимо, гендерні стереотипи мають вплив і на особливості невербальної поведінки жінок та чоловіків, яка є складовою комунікативної поведінки. Чоловіча й жіноча мови, таким чином, можуть суттєво відрізнятись. Неуратування цих відмінностей може призвести до непорозуміння у спілкуванні, до комунікативних невдач, а то й до конфліктів. Так, чоловік, опинившись у стресовій ситуації, частіше вважає за краще зануритися у мовчання, тому неадекватно реагує на жіночі питання: «Що трапилось?» та «У тебе неприємності?». Жінка, переповнена емоціями, особливо негативними, знаходить розрядку в тому, щоб виговоритися та отримати співчуття. Чоловіки, не розуміючи цього, починають давати поради, підказувати різні варіанти вирішення проблеми і виглядають в очах жінок емоційно холодними особистостями.

Співрозмовники різної статі можуть невірно оцінювати як вербальні, так і невербальні реакції один одного. Чоловіки, наприклад, схильні приймати підтримуючі сигнали (кивання головою, уживання частки «так» і питальних речень), які для жінок є лише засобом заохочення та підтримання розмови і сигналом своєї включеності в неї, за позитивну позицію слухача та підтримання позиції оповідача щодо змісту повідомлення. Так само жінки, що більше уваги звертають на почуття і не визнають елементарних мовних рішень, віддають перевагу пошукам прихованого підтексту, прислухаючись до інтонації та «читаючи» мову тіла. Вони можуть доволі вільно трактувати слова співбесідника, чути те, що хочуть почути: букет квітів, привітну посмішку, комплімент від добре вихованого чоловіка сприймати як свідчення кохання чи, принаймні, особливого ставлення до себе.

Отже, у комунікативній поведінці чоловіків і жінок існують реальні розбіжності, що виникають під впливом гендерних стереотипів, в основі яких лежать різні системи ціннісної орієнтації, типові для певного суспільства в певний час. Однак ці відмінності у власне комунікативній поведінці та в мовленні дають можливість говорити лише про існування мовних стилів – чоловічого (маскулінного) та жіночого (фемінного), які не завжди відповідають біологічній статі мовця. Але, оскільки суспільство активно прищеплює індивіду правила і стандарти поведінки чоловіків та жінок, необхідно знати їх особливості й ураховувати у процесі спілкування.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ерофеева, Т.И. Языковая единица в гендерном рассмотрении /Т.И.Ерофеева // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2008. – № 9(110). – С. 35-40.
2. Земская, Е.А. Особенности мужской и женской речи / Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. // Русский язык в его функционировании : коммуникативно-прагматический аспект. – М. : Наука, 1993. – С. 90-136.
3. Кирилина, А.В. Гендер: лингвистические аспекты / А.В.Кирилина. – М. : Институт социологии РАН, 1999. – 180 с.

4. Крейдлин, Г.Е. Мужчины и женщины в невербальной коммуникации / Г.Е. Крейдлин. – М. : Языки славянской культуры, 2005. – 221 с.

5. Ставицька, Л.О. Актуальні проблеми сучасної української гендерної лінгвістики // Доповідь на Київському міському семінарі з гендерної лінгвістики. – Режим доступу : <http://linguistics.kava.kiev.ua/seminar>

6. Смирнова, Е.В. Гендерные и социокультурные особенности коммуникации / Е.В.Смирнова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – 2005. – № 2. – С. 131-137.

7. Стернин, И.А. Понятие коммуникативного поведения и проблемы его исследования / И.А.Стернин // Русское и финское коммуникативное поведение. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – С. 4-20.

8. Хамитов Н.В. Философия и психология пола. – К. : Ника-Центр, 2001. – 222 с.

*ЛЮДМИЛА КОРНЕВА*

#### ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ КОММУНИКАЦИИ

В статье исследуются основные особенности коммуникативного и речевого поведения мужчин в аспекте теории гендера. Рассматриваются типичные маскулинные стратегии и тактики общения, его тематика и специфика, анализируются некоторые отличия в использовании языковых единиц разных уровней мужчинами и женщинами.

**Ключевые слова:** *гендер, коммуникация, речевое поведение, маскулинность, феминность.*

*LYUDMILA KORNEVA*

#### THE GENDER ASPECT OF COMMUNICATION

The article examines the main features of men's communicative and verbal behavior in terms of the theory of gender. The typical masculine communication strategies and tactics, its themes and specificity are discussed, some of the differences in the men's and women's use of the language units are analyzed.

**Key words:** *gender, communication, verbal behavior, masculinity, femininity.*

Одержано 15.03.2013 р.