

НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Н.А. ДОБРОЛЮБОВА

На правах рукописи

ГРИЦЕНКО Елена Сергеевна

ЯЗЫК КАК СРЕДСТВО КОНСТРУИРОВАНИЯ ГЕНДЕРА

10.02.19 – теория языка

Диссертация
на соискание ученой степени
доктора филологических наук

Научный консультант
доктор филологических наук,
профессор А.В. Кирилина

Нижний Новгород 2005

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
Глава 1. СТАНОВЛЕНИЕ ГЕНДЕРНОЙ ЛИНГВИСТИКИ В КОНТЕКСТЕ ОБЩЕГО РАЗВИТИЯ НАУКИ О ЯЗЫКЕ.....	19
1. 1. Структуралистская традиция в исследованиях языка и гендера.....	19
1.1.1. Языковой знак. Понятие. Значение.....	20
1.1.2. Уровни знакообразования. Знаки культуры.....	25
1.1.3. Постструктуралистские концепции языка и гендер.....	26
1.1.4. Развитие идей постструктурализма в современной лингвистике. Критический дискурс-анализ. Идеология и значение...	32
1.2. Когнитивная традиция в исследованиях языка и гендера.....	38
1.2.1. Когнитивные механизмы конструирования гендера.....	40
1.2.2. Вклад когнитивной теории в разработку проблемы значения.....	46
1.3. Социокультурная традиция в исследованиях языка и гендера.....	50
1.3.1. Гендер в антропологии и этнолингвистике.....	50
1.3.2. Социолингвистические исследования гендера.....	62
ВЫВОДЫ.....	77
Глава 2. КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ «РАННИХ» ГЕНДЕРНЫХ ИССЛЕ- ДОВАНИЙ В ЛИНГВИСТИКЕ И ОБОСНОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО ПОДХОДА.....	81
2.1. Интерпретация результатов гендерных исследований: дефицитность, доминирование, различие	81
2.2. Стереотипы в исследованиях языка и гендера	86
2.3. Принципы современного подхода к изучению языка и гендера. Понятия конструирования и практики	91
2.4. Исследования языкового конструирования гендера в различных социальных контекстах	97
2.4.1. Теоретические и методологические подходы	98
2.4.2. Гендерный дискурс в печатных СМИ	104

2.4.3. Гендер и социальная роль	114
2.4.4. Гендер и коммуникативная роль	115
2.4.5. Полифункциональность языковых форм и конструирование гендерной идентичности	117
2.4.6. Гендер и власть.....	122
2.4.7. Гендер и статус	125
2.4.8. Гендерные аспекты самоидентификации	128
ВЫВОДЫ	133
Глава 3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ ГЕНДЕРА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОГО КОНСТРУКТА	136
3.1. Языковое конструирование гендера с позиций филологической герменевтики	136
3.2. Когнитивно-прагматическая модель	139
3.3. Стилистическая модель	154
3.4. Амбивалентность языка как средства конструирования гендера	167
ВЫВОДЫ	172
Глава 4. ЯЗЫК КАК ФОН КОНСТРУИРОВАНИЯ ГЕНДЕРА: ВОПРОСЫ КАТЕГОРИЗАЦИИ	177
4.1. Традиционная теория категоризации как основа эссенциалистской концепции гендера	178
4.2. Роль нового подхода к категоризации в современной гендерной теории	180
4.3. Метонимические модели в гендерной категоризации	182
4.4. Метафора и гендер в процессах категоризации	192
4.5. Роль пропозиций и других ментальных схем в структурировании знаний о гендере	198
4.6. Опыт в гендерной категоризации	210
4.7. Типология асимметричных отношений в гендерной категоризации ..	215
4.8. Кросс-культурные асимметрии в гендерной категоризации	239
ВЫВОДЫ	243

Глава 5. ЯЗЫК КАК ИНСТРУМЕНТ КОНСТРУИРОВАНИЯ ГЕНДЕРА: АНАЛИЗ ДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИК	249
5.1. Метафоры предвыборного дискурса и «маскулинизация» политики..	255
5.2. Типовые контексты конструирования гендера в предвыборном дискурсе	260
5.3. Позиционирование читателя как способ дискурсивного конструирования гендера	268
5.4. Конструирование гендера в письмах избирателей	284
5.5. Языковое конструирование мужественности и демаскулинизация ...	293
5.6. Женщины и женственность в предвыборном дискурсе	311
5.6.1. Языковые формы позиционирования, направленные на сбалансированность гендерной и политической ролей	312
5.6.2. Гендерное измерение релевантности и конструирование контекста интерпретации	316
5.6.3. Импликация оценки путем экспликации пола	323
5.6.4. Акцентуация неавтономности – коммуникативный ход в рамках стратегии дискредитации	326
5.6.5. Конструирование женственности в предвыборных выступлениях политиков-мужчин	327
5.6.6. Конструирование женственности в англоязычном предвыборном дискурсе	331
ВЫВОДЫ	349
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	354
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	364
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА	403

ВВЕДЕНИЕ

Вторая половина XX века ознаменовалась значительным расширением сферы интересов языкознания, чему предшествовала смена подходов к языку как объекту изучения. Язык стал трактоваться не как система «в себе и для себя», а как динамичный антропоориентированный феномен – орудие мышления, средство и деятельность общения, инструмент получения знаний о человеке, культуре и обществе. Это способствовало росту междисциплинарного компонента в лингвистических исследованиях, в рамках которого сформировалась и динамично развивается гендерная¹ лингвистика. Гендерный дискурс является неотъемлемой частью глобального культурного дискурса. Он определяет тенденции словоупотребления, служит основой смыслопостроения, оказывает влияние на грамматику и широкий спектр других вопросов, связанных с языком.

Системное изучение взаимодействия языка и гендера началось на Западе в 1970-х годах. Исследователей интересовали в основном два вопроса: как говорят мужчины и женщины (гендерная специфика речи) и как говорят о мужчинах и женщинах (репрезентация мужского и женского в системе языка). Акцент ставился на том, что можно узнать о гендере, используя язык и лингвистические (лингвокультурологические) методы анализа; в меньшей мере учитывалось, что дает гендер для «приращения» собственно лингвистического знания. На это, в частности, указывает С. МакКоннел-Джине в обзоре раздела по языку и гендеру в «Cambridge Survey of Linguistics», объясняя незначительное влияние феминистской теории на фундаментальную лингвистику тем, что интерес к проблемам языка и гендера проистекал из желания понять гендер, а не из интереса к самому языку. Между тем, включение гендерного параметра в лингвистическое рассмотрение позволяет существенно расширить представления о языке как средстве конструирования социального мира.

¹ Термин «гендерный» используется в работе применительно ко всем этапам изучения полового диморфизма в языке, хотя реально он был введен в научное словоупотребление лишь в 1970-х гг.

Современная наука определяет гендер как конвенциональный идеологический конструкт, в котором аккумулированы представления о том, что значит быть мужчиной и женщиной в данной культуре. Социальная природа гендера отличает его от пола, который представляет собой биологическую категоризацию, основанную главным образом на способности к воспроизводству. Начало разграничению этих понятий было положено известным тезисом Симоны де Бовуар, что женщинами не рождаются, а становятся: индивид формируется как тип личности, который в его/ее обществе и культуре определяется как «мужчина» или «женщина», в процессе социализации [Бовуар 1997].

В современном понимании *гендер* – это не следствие индивидуальной биологии или предрасположенности к тому, чтобы быть тем или иным типом человека. Можно сказать, что это вообще не индивидуальное качество, а установленный обществом порядок, частью которого является каждый человек. Гендер отражает одновременно процесс и результат «встраивания» индивида в социально и культурно обусловленную модель мужественности или женственности, принятую в данном обществе на определенном историческом этапе. Таким образом, с концептуальной точки зрения гендер «акцентирует социально-культурную, а не природную доминанту пола» [Кирилина 1999: 27].

Признание социальной и культурной обусловленности пола, его институционализованного и ритуализованного характера² является основным методологическим принципом гендерных исследований. Он позволяет подойти к феноменам мужественности и женственности не как к неизменной природной данности, а как к динамичным, изменчивым продуктам развития человеческого общества, поддающимся социальному манипулированию и моделированию. Из признания названного методологического принципа следует обращение к анализу языка для выявления в нем манифестаций гендера, его динамики и культурной специфики.

² Подробнее о ритуализации и институализации гендера см. [Кирилина 1999: 11-14].

В работах А.В. Кирилиной впервые в отечественном языкознании сформулированы общетеоретические основы научного направления, изучающего гендерный фактор в языке, и поставлен вопрос о разграничении идеологизированного (феминистского) и научного подхода к лингвистическому изучению гендера [Кирилина 1999; Добровольский, Кирилина 2000]. Значительный вклад в осмысление гендерной проблематики внесли В.Н. Телия, М.С. Колесникова, И.И. Халеева, О.С. Каменская, М.Д. Городникова, И.Г. Ольшанский и др., которые продемонстрировали, что гендерный подход позволяет точнее и четче учитывать человеческий фактор в языке. С учетом этого для антропоориентированного изучения языка была предложена двухъярусная модель, состоящая из метагендерного (общечеловеческого) и гендерного (манифестирующего пол) уровней [Кирилина 2002].

В настоящее время гендерные исследования в российской лингвистике развиваются весьма интенсивно и ведутся в нескольких направлениях: изучение репрезентаций гендера, в том числе этнокультурной специфики концептов «мужественность» и «женственность», в системе языка – лексике, фразеологии, ономастике (Телия В.Н., Малишевская Д.Ч., Артемова А.В., Зыкова И.В. Григорян А.А., Слышкин Г.Г., Кульдеева Г.И., Фатыхова Ф.Ф.); гендерная специфика вербального и невербального коммуникативного поведения (Стернин И.А., Крейдлин Г.Е., Ганина В.В., Горошко Е.И., Карташкова Ф.И., Табурова С.К. и др.), отражение гендерных стереотипов в языковом сознании (Уфимцева Н.В., Кирилина А.В., Горошко Е.И., Ощепкова Е.С), лексикографии (Колесникова М.С., Ольшанский И.Г), рекламе (Томская М.В., Гуссейнова И.А., Городникова М.Д., Милосердова Е.В., Полубиченко Л.В.), средствах массовой информации (Кирилина А.В., Двинянинова Г.С., Серова И.Г., Гриценко Е.С.), криминалистике (Потапова Р.К., Кузниченко Л.В.), брачных объявлениях (Городникова, М.Д., Ольшанский И.Г., Максименко О.А., Гришаева Л.И.), Интернете (Захарова Т.Н.),

художественном тексте (Савкина И.Л., Гречушникова Т.В., Иванченко Г.В., Фатеева Н.А.).

Накоплен солидный объем частных исследований, прямо или косвенно затрагивающих вопросы дискурсивных манифестаций гендера, однако полномасштабного обобщающего труда, рассматривающего процесс языкового конструирования гендера в комплексе всех его составляющих с позиций современных лингвистических теорий, пока не создано.

Процессы конструирования гендера, как правило, изучаются с опорой на номинативные ресурсы языка; роль семиотических средств и глубинных (структурных) механизмов языка и дискурса учитывается в меньшей мере. В исследованиях вербального поведения мужчин и женщин имеют место заимствования из зарубежных исследований разных лет, нередко «морально устаревшие». Признание социальной природы гендера в некоторых случаях остается на уровне деклараций: отсутствует четкое понимание различий между конструктивистским и эссенциалистским подходами. Отчасти это обусловлено поверхностным знакомством с логикой внутреннего развития предметной области «язык и гендер», которая в значительной мере определялась постмодернистским дискурсом, отсутствовавшим в российской лингвистике. Диссертационное исследование призвано восполнить этот пробел и предложить новые лингвистически ориентированные модели для изучения взаимодействия языка и гендера в социальной практике.

Актуальность работы определяется ее включенностью в одно из перспективных направлений антропоориентированного изучения языка – лингвистическую гендерологию и связана с назревшей необходимостью теоретического осмысления ряда проблем, которые – несмотря на интенсивное развитие гендерных исследований в отечественном научном дискурсе – не получили должного освещения. Это прежде всего недостаточная разработанность методологических вопросов, связанных с ролью языка как средства *конструирования* гендера, и применение *лингвистических* теорий и методов к изучению данного процесса. Работа выполнена в русле когнитивно-

коммуникативной парадигмы лингвистических исследований, открывающей новые возможности для изучения языка и гендера.

На современном этапе изменился фокус анализа социокультурной специфики пола. Сегодня речь идет не о том, как пол влияет на коммуникативное поведение и использование языка, а о том, «какими средствами располагает язык для конструирования гендера, в каких коммуникативных ситуациях, типах дискурса и с какой интенсивностью оно совершается, какие экстра- и интралингвистические факторы влияют на этот процесс» [Кирилина 2002: 8]. Особого внимания требуют практически не изученные механизмы имплицитной передачи гендерных смыслов, являющиеся основным способом конструирования гендера в дискурсе. Важным с теоретической точки зрения является обоснование стилистического подхода к конструированию гендерной идентичности (идеологии, отношений). В связи с современным пониманием гендера как компонента коллективного и индивидуального сознания, конструируемого средствами языка, есть настоятельная необходимость в осмыслении данного феномена с позиций когнитивной науки.

Предмет диссертационного исследования – системноязыковые, дискурсивные и когнитивные механизмы конструирования гендера и способы их лингвистического описания.

Объектом изучения являются продукты дискурсивных практик – устные и письменные тексты различных жанров и регистров, а также фрагменты номинативной системы языка, отражающие в типизированной форме культурные представления о мужественности и женственности и служащие фоном для конструирования гендера в дискурсе. В центре внимания находится манифестация гендерных стереотипов в русском языке; для сравнения привлекается материал английского и ряда других языков.

Целью исследования является разработка теоретической базы для моделирования процессов языкового конструирования гендера с позиций когнитивного, прагматического и стилистического подходов и применение

разработанных теоретических принципов к изучению взаимодействия языка и гендера в социальной практике.

В соответствии с общей целью, в исследовании были поставлены следующие **задачи**:

1. Проанализировать становление гендерной лингвистики в контексте общего развития науки о языке и постмодернистской эпистемы в социальных науках.
2. Критически осмыслить методологию и различные подходы к интерпретации результатов «ранних» гендерных исследований в лингвистике; обосновать принципы современного подхода с опорой на понятия «конструирование» и «практика».
3. Рассмотреть феномен конструирования гендера с позиций современных лингвистических теорий (когнитивных, стилистических, прагматических). На основе аналитического осмысления существующих подходов и исследовательских процедур предложить лингвистически ориентированные и имеющие достаточную объяснительную силу модели представления гендера как социокультурного конструкта.
4. Дать когнитивное обоснование перформативности и конструируемости гендера как компонента коллективного и индивидуального сознания и описать ментальные модели организации гендерных знаний.
5. Раскрыть роль стереотипов (важнейшего операционального понятия гендерных исследований) в концептуализации мужественности и женственности как культурных категорий; показать значимость имплицитной гендерной стереотипизации и образных механизмов мышления в процессах языкового конструирования гендера.
6. На основе сформулированных в ходе теоретического осмысления проблемы принципов разработать и апробировать исследовательскую процедуру по выявлению общих закономерностей и дискурсивно специфичных форм языкового конструирования гендера в социальной практике.

Специфика объекта изучения, комплексность цели и задач диктует необходимость применения разнообразных методов анализа и исследовательских эвристик. Используются методы когнитивной лингвистики, лингвокультурологии и прагматики, социальной семиотики, интеракционистской (социо)лингвистики и дискурс-анализа. Основой для обработки результатов является герменевтический (когнитивно-интерпретативный) методологический фрейм.

Теоретическую базу исследования составили концепция Г. П. Грайса, обосновывающая понимание импликатур как особого типа значения, и теория релевантности Д. Шпербера и Д. Уилсон, объясняющая универсальные (когнитивные) принципы интерпретации высказывания; стилистическая концепция Ю.М. Скребнева; когнитивная теория категоризации (Дж. Лакофф, Г. Пальмер, Р. Лангакер); концепция языка и дискурса как формы социальной практики (Н. Фэрклоу, П. Бурдые); современные лингвистические теории гендера, стоящие на позициях социального конструктивизма (П. Экерт, С. МакКоннел-Джине, Д. Камерон и др.) и положение о двухъязычной модели антропоориентированного изучения языка (А.В. Кирилина). Анализ материала ведется с применением методик моделирования (схематизации), индуктивного метода, семантического анализа, прототипического описания, метода интроспекции, анализа словарных дефиниций, ассоциативного эксперимента, исследования синтагматических связей и дистрибуции, контрастивного анализа, интерпретации текста с элементами стилистического анализа и др.

Материал исследования отбирался в ходе фронтального анализа печатных СМИ (газеты «Известия», «Ведомости», «Коммерсант», «Аргументы и факты», «Московский комсомолец», «Биржа», The New York Times, The Washington Post, Newsweek и др.), телевизионных и радиопрограмм, ток-шоу, интервью, теледебатов, материалов предвыборных блогов и Интернет-форумов. Общий корпус примеров, полученных методом частичной выборки, составил более 8,5 тыс. текстовых фрагментов и 350 завершенных авторских текстов. Кроме этого на разных этапах исследования к анализу привлекались

данные из лексикографических источников, научной и популярной литературы о гендере на русском и английском языках.

В результате исследования сформулированы и **выносятся на защиту** следующие теоретические положения:

1. Языковое конструирование гендера представляет собой когнитивную деятельность имплицитивно-инференционного характера, в основе которой лежит соотнесение языковых форм/сигналов с гендерными представлениями (ассоциациями, стереотипами, идеалами и пр.), являющимися частью универсума общих смыслов представителей данной культуры. Язык, отражая и формируя представления о гендере, играет двоякую роль – неосознаваемого фона, фиксирующего гендерные стереотипы, идеалы и ценности посредством аксиологически не нейтральных структур языка, и инструмента, дающего возможность (вос)производства гендерных смыслов в социальной практике.
2. Лингвистическое описание гендера как конвенционального идеологического конструкта может вестись в рамках двух моделей: когнитивно-прагматической, объясняющей механизм конструирования гендерных смыслов в аспекте их порождения и интерпретации, и стилистической, ориентированной на выявление и описание «поверхностных» языковых составляющих гендерного дисплея (набора семиотических маркеров мужественности и женственности).
3. Механизмы конструирования гендера в разных языках обнаруживают как изоморфизм, так и специфику, которая может быть связана с характерологическими особенностями языков и с различием транслируемых ими культурных смыслов. Смысл неотъемлем от культурно-исторической ситуации, в которой происходит его производство и интерпретация. Социальные нормы, частью которых являются нормы гендерные, функционируют как прагматические пресуппозиции, без которых невозможна адекватная интерпретация.

4. Трактовка гандера как социокультурного феномена базирується на прототипической теории категоризации, где категории не заданы природой вещей, а формируются в процессе осмысления человеком мира и себя в этом мире. Когнитивной основой понимания мужественности и женственности как динамичных конструкторов, поддающихся социальному манипулированию и моделированию, являются кластерные модели, определяющие набор культурно обусловленных манифестаций мужественности и женственности в том или ином языке.
5. Знания о гандере структурированы в форме пропозиций, включающих базовые концепты и атрибутируемые им признаки. Значения, задаваемые гандерными пропозициями, не находятся в отношениях семантической близости; их объединяет соотнесенность с единым центром – представлением о женственности (мужественности), характерным для данной культуры. Этот способ категоризации репрезентируют радиальные модели, состоящие из центрального члена и вариантов, связь между которыми конвенциональна и усваивается индивидом в процессе социализации. Особенностью мужественности и женственности как радиальных концептуальных категорий является то, что их центральные члены не существуют вне своих проявлений (вариантов): нет мужественности и женственности в чистом виде, гандерная идентичность конструируется в процессе перформации теми самими проявлениями, которые считаются ее результатами.
6. Важной частью фонового аспекта языка как средства конструирования гандера являются денотативные и коннотативные (ценностные) асимметрии, исторически обусловленные социальным разделением труда и/или сконструированные сознанием. Проявлением гандерной асимметрии является «стирание» субкатегории по умолчанию (немаркированной мужской субкатегории) в категориях с ложными родовыми именами, демонстрирующее связь между понятиями «асимметрия», «маркированность» и «прототипический эффект».

7. Роль языка как инструмента дискурсивного конструирования гендера отражена в понятии позиционирования. Гендерно релевантным может быть (само)позиционирование, позиционирование адресата и предмета сообщения. Лингвистические ресурсы гендерного позиционирования включают единицы всех уровней. Смыслообразующая функция гендерной символики языковых форм обусловлена ее интертекстуальным характером, реализующимся в создании системы внутри- и внетекстовых связей, определяющих культурную традицию, в пределах которой осуществляется интерпретация текста и создается его вертикальный контекст.

Научная новизна исследования определяется новым подходом к решению поставленных задач и заключается в следующем:

- Впервые предпринята попытка моделирования процессов языкового конструирования гендера на базе современных лингвистических теорий, в результате чего для его лингвистического описания предложены две модели: когнитивно-прагматическая и стилистическая.
- Язык как средство конструирования гендера впервые анализируется с позиций прототипической теории категоризации и когнитивного подхода.
- Впервые систематизированы асимметричные отношения в гендерной категоризации и описан феномен «стирания» немаркированной категории как фактор асимметрии.
- Раскрыта роль имплицитной информации в конструировании гендера; получены новые данные о способах создания контекстуальных гендерных импликаций.
- Впервые в отечественной и зарубежной лингвистике теория языкового конструирования гендера подкреплена и конкретизирована исследовательской процедурой, позволившей описать механизмы и репертуар языковых средств такого конструирования в предвыборном дискурсе.

Теоретическая значимость работы связана с углублением и систематизацией научных представлений о языке как средстве конструирования гендера. В диссертации обоснована концепция (теория) языкового конструирования гендера как когнитивной деятельности имплицитивно-инференционного характера, в основе которой лежит соотнесение языковых форм/сигналов с гендерными представлениями, являющимися частью универсума общих смыслов представителей той или иной культуры. На основе предлагаемой теории разработаны и апробированы взаимодополняющие модели изучения языкового конструирования гендера; дано когнитивное обоснование перформативности гендера и множественности его проявлений. Установлено, что роль стереотипов в гендерной категоризации определяется их когнитивным прототипическим статусом. Выявлена связь между понятиями «маркированность», «асимметрия» и «прототипический эффект». Раскрыта роль языка как инструмента и фона конструирования гендера в социальной практике. Полученные результаты являются вкладом в дальнейшее развитие антропоориентированного изучения языка, лингвокультурологию, гендерную теорию, теорию коммуникации.

Практическая ценность работы вытекает из возможности использования ее результатов, разработанных в диссертации теоретических принципов и аналитических моделей при изучении языкового конструирования гендера в различных языках и социальных контекстах, а также в теоретических курсах по общему языкознанию, лексикологии, стилистике, межкультурной коммуникации, спецкурсах по гендерной проблематике в филологических и лингвистических вузах. Предложенные методологические подходы и исследовательские процедуры могут найти применение при написании курсовых, дипломных и диссертационных работ.

Достоверность выводов, сделанных в работе, обеспечивается применением комплексной методики исследования, проработанностью обширного теоретического материала по рассматриваемой проблематике,

глубиной и многоаспектностью проводимого анализа, а также репрезентативным языковым материалом.

Основные результаты проведенного исследования были изложены в российских и зарубежных публикациях общим объемом 28, 8 п. л., в том числе в монографии «Язык. Гендер, Дискурс» (15,57 п.л.), а также апробированы в докладах на XIV Мировом конгрессе прикладной лингвистики (Мэдисон, США 2005), международных и российских научных конференциях в Москве (2003, 2005), Нижнем Новгороде (2001; 2002; 2003; 2005); Санкт-Петербурге (2005), Набережных Челнах (2002), Амстердаме (2001) и др., на семинарах Лаборатории гендерных исследований Московского государственного лингвистического университета (2002, 2003), Скребневских чтениях (2002) и заседаниях кафедры английской филологии Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. Материалы диссертации легли в основу курса «Социолингвистика гендера», прочитанного студентам IV и V курсов Нижегородского государственного лингвистического университета (2003 – 2004 гг.), а также использовались при чтении курсов лекций по стилистике и межкультурной коммуникации в НГЛУ им. Н.А. Добролюбова. Ряд подходов и методов, разработанных в диссертации, получили апробацию в курсовых, дипломных и диссертационных работах студентов и аспирантов НГЛУ.

Цель и задачи определили общую логику исследования и **структуру работы**, которая состоит из введения, пяти глав и заключения.

Во *введении* определяются объект и предмет исследования, обосновываются его актуальность и научная новизна, формулируются цель и основные задачи, указываются методологические основы и методы, излагаются положения, выносимые на защиту, раскрывается теоретическая значимость работы, приводятся сведения об апробации положений диссертации, обосновывается ее структура.

В первой главе рассматривается становление гендерной лингвистики в контексте общего развития науки о языке и постмодернистской эпистемологии

социальных науках. Комплекс факторов, способствовавших формированию данного научного направления в том виде, в котором оно существует сейчас, представлен через призму структуралистской, когнитивной и социокультурной традиций.

Вторая глава посвящена критическому анализу «ранних» гендерных исследований и обоснованию современного подхода, который ставит во главу угла отказ от универсализации (глобальных гендерных категорий), акцентирует необходимость изучения конкретных лингвистических практик и взаимодействие гендера с другими аспектами социальной идентичности. Здесь раскрываются ключевые для данной модели анализа понятия «конструирование» и «практика» и дается обзор работ, иллюстрирующих практическое применение изложенных методологических принципов.

В третьей главе рассматривается комплекс вопросов, связанных с методологией изучения языкового конструирования гендера и применением лингвистических теорий (когнитивных, прагматических, стилистических) к изучению данного процесса. Понятие «конструирование гендера» получает лингвистическое наполнение. Обосновывается концепция языка как фона и инструмента конструирования гендера и предлагаются взаимодополняющие лингвистические модели его описания.

В четвертой главе анализируется роль языка как фона конструирования гендера с позиций теории категоризации и когнитивного подхода. Это способствует более полному описанию пассивного слоя и внутренней формы культурных концептов мужественности и женственности. Показана роль опыта и образных механизмов мышления в гендерной категоризации, описаны ментальные схемы представления знаний о гендере, рассмотрена типология асимметричных отношений в гендерной категоризации и феномен стирания немаркированной (суб)категории как фактор асимметрии.

В главе пятой представлена исследовательская процедура, основанная на методологических принципах, сформулированных в ходе теоретического осмысления проблемы. Роль языка как инструмента конструирования гендера

раскрывается на материале предвыборного дискурса. Описываются гендерные аспекты позиционирования читателя (избирателя), метафорическое структурирование политики и выборов как «мужской» сферы, роль гендерных стереотипов в конструировании мужского и женского «голоса» в предвыборном дискурсе. Анализируются гендерно релевантные стратегии агитации и дискредитации; рассматривается лингвистическая составляющая семиотических конструкторов мужественности и женственности, отражающих культурно, социально и исторически детерминированные представления о гендере.

Заключение отражает суммарные теоретические итоги проведенного исследования.

В разделе «*Список использованной научной литературы*» представлен перечень отечественных и зарубежных первоисточников.

Раздел «*Список источников фактического материала*» включает наименования печатных изданий на русском и английском языках, телепрограмм и Интернет-ресурсов, послуживших основой для отбора материала исследования.

Глава 1. СТАНОВЛЕНИЕ ГЕНДЕРНОЙ ЛИНГВИСТИКИ В КОНТЕКСТЕ ОБЩЕГО РАЗВИТИЯ НАУКИ О ЯЗЫКЕ

Гендерная лингвистика, как новое направление в изучении языка, возникла не в результате подъема феминистского движения³, а развивалась в контексте актуальных для своего времени научных парадигм и традиций. Хотя язык в той или иной форме изучается уже более двух тысячелетий в виде грамматики (как правильно его использовать), риторики (как говорить/писать убедительно), поэтики (как используется язык в литературе/художественном творчестве), так называемое научное исследование языка началось сравнительно недавно и связано с именем Ф. де Соссюра, предложившего как новый предмет изучения (языковой знак), так и новые принципы лингвистического анализа: разграничение языка как системы знаков (*langue*) и речи как конкретных звуковых актов (*parole*), означающего и означаемого, синхронии и диахронии и т.д. Идеи Соссюра оказались широко востребованными не только в лингвистике, но и в целом ряде смежных дисциплин (в культурологии, литературной критике, когнитивной психологии, теории коммуникации). Он считается основоположником нового научного направления семиологии (науки о знаках) и влиятельного в XX веке направления – структурализма.

1. 1. Структуралистская традиция в исследованиях языка и гендера

Структуралистский подход характеризует понимание языка как самодовлеющей системы, определяемой внутренними отношениями между составляющими ее элементами, и установкой на изучение языка как системы таких элементов (знаков), а не как социально-исторического и культурного феномена. Возникнув вследствие стремления к строгому (приближающемуся к точным наукам) формальному описанию языка, свое название данное направление получило благодаря особому вниманию к структуре языка,

³ Разумеется, феминизм оказал определенное влияние на развитие гендерной лингвистики, что, в частности, проявилось в очевидных идеологических наслоениях, характерных для исследований 1970 – 80-х гг.

трактуемой как сеть отношений (противопоставлений) между языковыми знаками. Углубив научные представления об устройстве языка и разработав аппарат строгого описания его системы, структурная лингвистика растворилась в новых направлениях, вызванных к жизни продолжающимися теоретическими поисками. Ее методы и понятия (оппозиция, схема и др.) применяются в современной психо- и социолингвистике, в когнитивной лингвистике, а также в смежных гуманитарных дисциплинах – литературной критике, этнологии, социологии, на почве которых сформировался структурализм как философско-методологическая основа конкретно-научных гуманитарных исследований.

Значительное влияние на формирование современных подходов к изучению языка и гендера оказали идеи французского структурализма и постструктурализма, связанные с именами Р. Барта, Ж. Дерриды, М. Фуко и Ж. Лакана. Эти исследователи не были лингвистами, однако в своих теориях уделяли значительное внимание роли языка и строили свои концепции, опираясь на постулаты разработанной Ф. де Соссюром теории языкового знака.

1.1.1. Языковой знак. Понятие. Значение

По Соссюру, языковой знак характеризуется отношениями взаимной зависимости означаемого (понятия) и означающего (акустического образа). Одним из основополагающих тезисов Соссюра является произвольность языкового знака, которая заключается в отсутствии какой-либо внутренней связи (обусловленности) между конкретным звуковым комплексом и обозначаемым им понятием. Соссюр акцентировал произвольность означающего, однако его концепция имплицитно подразумевает и произвольность означаемого в смысле возможности иного членения (категоризации) реальности, где того или иного понятия могло бы и не быть⁴. Концептуальная

⁴ Например, в системе классификации частей тела, существование понятия «нос», кажется, естественным. Между тем, можно представить себе другую систему, где обозначение получит, например, часть лица между носом и верхней губой и т.д. [см. Fairclough 1989: 95]

система и принципы ее классификации у Соссюра конвенциональны и познаются индивидом в процессе изучения языка.

Данный тезис широко востребован в постструктурализме для обоснования роли власти (идеологии) в формировании значений [Fairclough 1989: 93 – 97]. «Натурализацию» значений, в смысле признания их естественной связи с реальностью и невозможности другой категоризации (и знаковой системы), Пьер Бурдьё называл «неузнаванием произвольности» (*the misrecongintion of arbitrariness*). В феминистской лингвистике на этом основана критика андроцентризма в языке и призывы к его реформированию.

Находясь в отношении постоянной опосредованной сознанием связи, две стороны языкового знака у Соссюра составляют устойчивое единство, которое посредством чувственно воспринимаемой формы знака (его материального носителя) репрезентирует социально приданное ему значение. По Соссюру, значением является то, что находится в отношении соответствия с акустическим образом. «Все происходит между акустическим образом и понятием в пределах слова, рассматриваемого как нечто самодовлеющее и замкнутое в себе» [Соссюр 1999: 114].

Высказывалось мнение, что значение уже понятия в том смысле, что оно включает лишь различительные черты объектов, тогда как понятия охватывают их более глубокие и сущностные свойства, имеют ядро, обеспечивающее устойчивость лексического значения, и размытую периферию, благодаря чему значения могут растягиваться, увеличиваться в охвате в рамках узуальных ассоциаций, внутренней формы слова и т.д. [Гак 1990: 262]. Представляется целесообразным кратко пояснить принятое в работе соотношение терминов «понятие», «значение» и прочно вошедшего в обиход современной лингвистической науки термина «концепт».

Речь не идет о том, чтобы дать однозначное и непротиворечивое определение данным терминам, выяснить их «истинное» значение. В спорах о значении терминов порой не учитывается, что членение языковой действительности лингвистикой подобно членению экстралингвистической

действительности языком – членению различному в разных языках. К примеру, понятие предложения насчитывает сотни противоречивых характеристик по той причине, что этому термину отнюдь не соответствует что-то лингвистически определенное: содержание понятия варьирует от лингвиста к лингвисту. Проблематичность почти всякого постулирования лингвистических абсолютов (в том числе терминологических) в конечном счете обусловлена сложностью объекта, а именно – тем обстоятельством, что «язык есть естественная семиотическая система, адекватность которой постоянно изменяющейся социальной практике не предустановлена, а творится коллективом» [Скребнев 1971: 48]. Признавая конструируемость языка как объекта изучения, правомерно усомниться в постановке вопроса «что такое» значение/понятие/концепт, скорее следует решить вопрос, что мы условимся считать значением/понятием/концептом.

Традиционно значением слова называется его «содержание, отображающее и закрепляющее в сознании представление о предмете, свойстве, процессе» [Гак 1990: 261]. Лексическое значение – это продукт мыслительной деятельности человека, связанной с редукцией информации сознанием на основе сравнения, классификации, обобщения и т.д.

Термином «понятие» обозначают не только «мысль, отражающую в обобщенной форме предметы и явления посредством фиксации их свойств и отношений (т.е. общие и специфические признаки, соотносимые с классами предметов и явлений)», но и – метонимически – «сами такие классы, т.е. грамматические или семантические категории» [Степанов 1990: 384] или «принцип категоризации» [Тейлор 2002: 45]. В последнем случае имеется в виду то, что, говоря о человеке *спит*, *дремлет* или *храпит*, называя его *скупым* или *бережливым*, мы производим акт категоризации, и знание соответствующих слов (понятий и фонологических репрезентаций) предполагает знание критериев категоризации. Иначе говоря, понятие как «внутренняя репрезентация определенного класса опыта» [Звегинцев 2001: 227] включает то, что мы знаем о предмете (умея мысленно представить,

правильно идентифицировать и обозначить словом соответствующий объект) и что позволяет делать умозаключения, например, в соссюровской схеме знака – что дерево имеет корни, ветви и листья (по крайней мере летом), растет из земли, может жить дольше, чем человек, может быть срублено на дрова и т.п. В последние годы в этом значении, как правило, используется термин «концепт».

Понятие концепта получило в отечественной лингвистике множество толкований, которые отражают различные стороны рассматриваемого феномена, акцентируя когнитивные, семантические или социо-культурные аспекты [Кубрякова 1991; 1992; 1994; Карасик 1996; Попова, Стернин 2001; Степанов 2001] либо трактуя его интегративно как многомерное культурно значимое социо-психическое образование в коллективном сознании, опредмеченное в той или иной языковой форме [Кирилина 2004: 140]. Указывается на соотношенность концепта как с понятием [Степанов 1997: 40; Карасик 1996: 6 – 7], так и со значением слова, которым становится концепт, «схваченный знаком» [КСКТ, с. 92]. По мысли Н.Д. Арутюновой, концепт является понятием практической философии и возникает в результате взаимодействия таких факторов, как национальная традиция, фольклор, религия, искусство, жизненный опыт, система ценностей. Таким образом, концепты образуют культурную среду, выступающую в качестве посредника между человеком и миром [Арутюнова 1999].

Особое внимание к содержанию и адекватной дефиниции концепта связано, в частности, с определенным терминологическим «конфликтом»: соссюровское «означаемое» в русском языке обозначается термином «понятие», в английском – термином «concept». Этим термином оперирует также широкий круг социальных наук, впитавших идеи знаковой теории Соссюра, в частности, когнитивная психология, откуда он, обогатившись новыми смыслами, был вновь востребован наукой о языке, где развивались новые направления – когнитивная лингвистика, этносемантика, лингвокультурология и др. Но если в английском языке речь шла лишь о

семантической модификации (смысловых приращениях) термина «concept», то в русской терминологической системе появился новый термин, потребовавший содержательной делимитации. В этом смысле эволюция термина «концепт» сопоставима с историей термина «гендер» (gender), который изначально обозначал грамматическую категорию рода и в своем новом значении («социокультурный пол») «вернулся» в лингвистику из социальных наук.

Представляется обоснованной точка зрения, согласно которой понятие, концепт и значение слова относятся к однопорядковым категориям мышления, рассматриваемым, однако, в различных системах связей: значение – в системе языка; понятие – в системе логических отношений и форм, исследуемых как в языкознании, так и в философии; концепт – в лингвокультурологии, когнитивной психологии, социологии и т.д. [Гак 1990, Степанов 1990]. Соотносительность данных терминов не означает, однако, их кореферентности, поскольку они имеют разные сферы применения и акцентируют различные стороны означаемого. Термин «концепт» предпочтителен, когда речь идет о культурных репрезентациях (ср. «концепт – сгусток культуры в сознании человека» [Степанов 2001: 43]) и идеализированных когнитивных моделях как структурах представления знания (концепт как «глобальная единица структурированного знания» [Попова, Стернин 1999: 16]). Термин «значение» употребляется в контекстах, связанных со словом, как знаком языка.

С уходом от структурализма, определявшего содержание языкового знака в терминах отношений (противопоставлений) с другими элементами системы, меняется и трактовка проблемы значения. Консенсуальному значению, фиксируемому в дефиниции словаря, противопоставляется значение, возникающее в дискурсе, в результате коммуникативного взаимодействия его участников – продуцирующего и интерпретирующего субъектов. Одним из первых шагов к такой трактовке значения стала знаковая теория Э. Бенвениста.

1.1.2. Уровни знакообразования. Знаки культуры

В отличие от концепции Ф. де Соссюра, призывавшего изучать систему (*langue*) в отрыве от процесса коммуникации, Э. Бенвенист определил естественный язык как знаковое образование особого рода с двукратным означиванием его единиц и предложил концепцию членения языка в виде схемы уровней лингвистического анализа: в системе (первичное означивание, собственно семиологический принцип знакообразования) и в речи (вторичное означивание, принцип семантической интерпретации речевых единиц). Он разграничил два разных, но взаимообусловленных этапа языкового семиозиса: единицы первичного означивания (слова) должны быть опознаны, соотнесены с предметами и понятиями, которые они обозначают; единицы вторичного означивания (высказывания) должны быть поняты, соотнесены со смыслами, которые они несут [Бенвенист 1974].

Данный подход использовался в феминистской лингвистике для обоснования тезиса о том, что «в устах сексиста язык не может быть несексистским» [Cameron 1992: 106], т.е. сексистскими являются не сами значения слов, а тот смысл, который они могут приобретать в речевых контекстах. Например, ласкательное *dear*, не имея коннотаций неуважения в системе языка, может приобретать их, когда используется мужчинами по отношению к женщинам, с которыми они не находятся в близких отношениях [там же, с. 107].

Теория Э. Бенвениста исходит из возможности смыслового развертывания языкового знака в коммуникации. Аналогичную двухуровневую модель использовал Р. Барт, занимавшийся структурным анализом культурных репрезентаций в литературе, кино, фотографии, рекламе, музыке. Как критик литературы, Барт разграничивал художественные тексты, построенные на основе стабильного отношения означающего и означаемого, и тексты, для которых определяющим является сам акт сигнификации (создания значения). Исследуя функционирование языков культуры, Барт уделял особое внимание вопросу их соотношения с идеологией. В книге «*Mythologies*» он

анализирует как знак журнальную обложку, на которой изображен чернокожий солдат, отдающий честь французскому флагу. Это изображение является непосредственным означаемым данного знака. Однако, как подчеркивает Барт, данное означаемое само становится означаемым следующего, более абстрактного означаемого – идеологической пропозиции: раз есть патриотичный чернокожий солдат, значит французский империализм уже не является столь отвратительным, каким его пытаются представить [Barthes 1973].

Р. Барт одним из первых заявил о существовании фигурального языка идеологических пропозиций (мифологии). Когда означаемое, которое могло бы в принципе символизировать разные вещи, определенным образом интерпретируется и закрепляется за одним означаемым (например, чернокожий солдат, салютующий французскому флагу, символизирует патриотизм, а не принуждение), оно становится знаком культуры, включенным в систему других знаков, и союз означаемого и означаемого воспринимается как «естественный» и нерасторжимый. (Напомним, что Соссюр сравнивал знак с листом бумаги, одна сторона которого – означаемое, а другая означаемое). Данный подход помогает понять, почему, например, изображение обнаженной женщины (но не мужчины) ассоциируется с представлениями о сексуальной доступности и падении. Язык культурных мифов не абсолютно произволен, а отражает установки господствующей идеологии и культуры.

Осознание того, что структурализм сам по себе не может объяснить, как и почему те или иные слова (образы, знаки) приобретают особую значимость, сопровождалось развитием и переосмыслением соссюровской концепции языка в рамках постструктурализма и постмодернизма, заложивших основы понимания языка как средства конструирования социального мира.

1.1.3. Постструктуралистские концепции языка и гендер

Постструктурализм и постмодернизм – два разных, но связанных между собой интеллектуальных течения. Постструктурализмом называют ряд теорий,

использовавших в качестве исходных принципы структурной лингвистики Ф. де Соссюра (Ж. Деррида, Ж. Лакан, М. Фуко и др.). Ключевыми вопросами постструктурализма являются вопросы значения, субъективности и власти, а также языковая концепция реальности, суть которой заключается в признании того, что мир дан человеку в языке и познаваем только через язык.

Постмодернизм, как направление философской мысли, связывает с постструктуралистской теорией отказ от фундаментальных тезисов западного Просвещения – веры в рациональность человеческого прогресса, универсальные ценности и единственность истины. Речь идет об отказе от признания объективной истины и возможностей ее научного познания и признании того, что истина всегда опосредована интерпретирующим субъектом и легитимизируется отношениями власти. Другая особенность – переосмысление рациональной, стабильной и целостной субъективности, тезис о том, что в дискурсивных практиках индивид занимает различные субъектные позиции и, таким образом, признание конструируемости как субъекта, так и реальности.

Рассмотрим некоторые положения теоретиков постструктурализма, которые оказали значительное влияние на становление современных представлений о языке и гендере.

Деконструктивизм. Ж. Деррида

Французский философ Жак Деррида считается основоположником модели чтения, именуемой деконструктивизмом – анализа, применимого ко всем типам текстов (письма).

Взяв за основу принципы Ф. де Соссюра о произвольности языкового знака, определяемого через соотношение с другими элементами системы, Деррида указывает на произвольность значений в тексте, используя термин *differánce* (каламбурное обыгрывание двух французских слов «различие» и «откладывание»), для иллюстрации того, что значение слова является перманентно неопределенным: оно всегда определяется в терминах других значений, т.е. язык всегда соотносится только с языком. Два слова – например,

«мужчина» и «женщина» – определяются как противоположные, при этом один из них определяется как основной (первичный) и самодостаточный, а другой – как вторичный и дополнительный. За данным определением, однако, скрыто то, что термин, считающийся основным, сам конструируется относительно своей противоположности, так что мужчина определяется как «не-женщина». Деррида связывает эту модель с психоанализом Лакана: (мужской) субъект, определяет себя (обретает субъективность) путем отделения от Другого (Матери) и вхождения в сферу Закона (представляемого Отцом) [Derrida 1997; см. также Weedon 1996; Gamble 1999].

Деконструктивизм – это особая философия значения, в центре которой стоит вопрос о том, как значения конструируются писателями, текстами и читателями. Развивая идеи Ницше и Хайдеггера, Ж. Деррида критикует саму традицию философских поисков, связанных с познанием реальности. Он утверждает, что все тексты основаны на иерархическом дуализме элементов, бинарных оппозициях, в которых один из элементов рассматривается как истинно верный.

Все системы мысли, утверждает Деррида, имеют один центр. Так, традиционная система ценностей и взгляд на мир производятся с точки зрения «европейских белых мужчин»: сознание современного человека (независимо от пола) пропитано идеями и ценностями мужской идеологии, с приоритетом мужского начала, логики, рациональности и объектности женщин. Путем деконструкции (как способа прочтения) этот неосознаваемый и неартикулируемый центр (точка зрения) выявляется, и тем самым бинарные структуры, на которых основан текст, разрушаются; то, что казалось устойчивым и логичным, перестает быть таковым.

Поскольку деконструктивизм – атака на само существование логических теорий и концептуальных систем, он целенаправленно отвергает все рациональные определения и объяснения. Методика анализа основана на внимательном прочтении конкретных текстов и выявлении того, как эти тексты соотносятся с другими текстами. Именно это становилось объектом

критики деконструктивизма со стороны некоторых ученых; вместе с тем, данная теория оказала огромное влияние на развитие философии, литературной критики и формирование новых методов, используемых в истории, социологии, искусствоведении, лингвистике.

В западной традиции феминистских и гендерных исследований доминирующим методом стала дерридеанская деконструкция гендера, понимаемая как анализ бинарных оппозиций *мужское vs женское*, где левосторонний элемент претендует на привилегированное положение, отрицая притязания на такое же положение со стороны правостороннего элемента, в терминах которого он определяется.

Лакановская концепция языка

Ж. Лакан придавал исключительное значение языку, полагая, что язык — это единственная возможность для анализа бессознательного, ибо бессознательное структурировано так же, как язык. Его концепция, которую называют лингвистическим прочтением Фрейда, оказала огромное влияние на литературную критику и феминистскую теорию, послужив основой психоаналитических теорий женского сознания и идентичности, развиваемых в трудах французских теоретиков феминизма Э. Сиксу, Л. Иригарэ и Дж. Кристевой, анализ которых не входит в задачи данной работы. Обращение к концепции Лакана позволяет пояснить понятия субъективности и позиционирования, используемые в современных исследованиях языка и гендера.

Лакан, используя сосюрговскую модель языка, трактует язык как символический порядок — набор значений, которые определяют культуру и делают доступными позиции субъекта (*subject positions*). Вхождение в символический порядок — это момент, когда ребенок занимает позицию субъекта, т.е. осознает себя как личность, отдельная от тела Матери⁵.

⁵ Этот момент, решающий для появления структуры «я» как гендерной структуры, Лакан называет *стадией зеркала*: только когда ребенок видит свое отражение в зеркале, он начинает мыслить себя в качестве отдельного от матери существа. При этом, понимая себя как «я», ребенок одновременно понимает свое «я» как отчужденное, т.е. как «другое». [Лакан 1997]

Позиция субъекта определяется как «культурно узнаваемое место, даваемое языком субъекту для позиционирования» [Cameron 1992: 161]. Термин «субъект», таким образом, оказывается каламбуром: будучи субъектом собственных действий и восприятий, социальный индивид оказывается в то же время субъектом для воздействия законов языка, который существует до его рождения и, говоря словами Ф. де Соссюра, находится вне индивида, который сам не может ни создать, ни изменить его [Соссюр 1999: 14]. Задача ребенка – войти в символический порядок, признать его и позиционировать себя в нем, чтобы уметь говорить как член культуры. По Лакану, именно процесс усвоения языка делает индивида субъектом культуры – иными словами, «язык предшествует и производит субъективность» [Code 2000: 398]. Гендерная субъективность у Лакана – это идентификация себя с позицией мужчины и женщины и соответствующее позиционирование (средствами языка).

Поскольку индивид может занимать различные субъектные позиции, он не является стабильным и целостным, а фрагментарным, находящимся постоянно «в процессе». Таким образом, традиционная концепция автономного, рационального субъекта с единой стержневой идентичностью уступает место пониманию субъекта как продукта дискурса – не источника, а получателя значений. Агентивность и способность к рациональному самоопределению видятся как иллюзорные продукты дискурсивных позиций субъекта.

Язык и власть. Понятие дискурса у Фуко

Значительное влияние на развитие постмодернистской мысли оказали идеи французского философа и историка М. Фуко. Он изучал системы знания, стремясь путем такой «археологии» знания выявить скрытые нормы и правила, которые управляют данными системами. Ключевым в концепции Фуко является понятие дискурса, как исторически детерминированной социальной формы организации и распространения знаний [Foucault 1972, 2002]. Знание, по Фуко, не возникает из сущности вещей, отражая внутренне присущую им истину. Дискурсы создаются историей и обществом. То, что определяется как

истина, и кто дает определения, детерминировано отношениями власти в социальных институтах, доминирующие члены (структуры) которых осуществляют контроль над дискурсом, создавая определенный порядок. Они устанавливают границы и дают определения категориям. Не все субъекты находятся в равных отношениях к дискурсу как способу создания значений. Маргинальные и периферийные субъекты не имеют доступа к центру (или центрам), где значения фиксируются и получает статус определенная норма. Те, кто исключается из центра по признаку расы, касты, религии или пола, классифицируются/признаются нерелевантными для нормативных конвенций и обозначаются как Другое.

Уже в своей первой крупной работе, «Безумие и цивилизация» (1961), Фуко обозначил вопросы, определившие проблематику его научных поисков: интерес к маргинализированным группам и желание опровергнуть представление о едином, рациональном и автономном субъекте, господствовавшее в западноевропейской мысли, начиная с эпохи Просвещения. Анализируя появление дискурса безумия (*discourse of madness*) в семнадцатом и восемнадцатом веках, сделавшего возможным институализацию безумия и контроль над ним со стороны государства, Фуко утверждает, что любая субъективность, будь она самой рациональной, является конструируемой и контролируется через сложные структуры власти, воплощенные в государственных аппаратах. Он подчеркивает, что дискурсы, в которых конструируется субъект, не являются универсальными, а всегда исторически специфичны.

В «Истории сексуальности» (1976 – 1984), Фуко обосновывает тезис о том, что сексуальное поведение не является врожденным, а управляется сложными идеологическими системами. Так, уже в древности сексуальная мораль – это «мораль, продуманная, написанная и преподаваемая мужчинами и к мужчинам обращенная» [Фуко 1996: 294]. Согласно Фуко, пол, как и все другие понятия, предстает человеку не в некоем естественном виде, а через язык – как результат дискурса, определяющего для говорящих субъектов их

конкретные свойства и отведенные им роли. Речь идет о способности групп знаков (дискурсов) действовать как практики, систематически формирующие субъект, о котором говорят. Он, в частности, показывает, как идентификация женщины с репродуктивной функцией приводит к тому, что «женский субъект» (*female subject*) ограничивается сферой дома.

Идеи Фуко были использованы в феминистской критике и гендерной лингвистике для постановки конкретных практических задач: во-первых, раскрыть механизмы производства дискурсов, то есть понять, как дискурсивные практики создают и воспроизводят андроцентристские асимметрии в культуре и обществе; во-вторых, создать альтернативные дискурсы, в которых «женские» значения получают право на выражение (феминистский дискурс, женское письмо и т.п.).

Дальнейшее развитие в феминистской и гендерной теории получили также идеи Фуко о том, что (1) даже биологические аспекты пола приобретают социальный характер и потому могут рассматриваться не как природные, а как социально и культурно обусловленные и (2) что гендерные отношения должны рассматриваться как форма проявления власти, ибо пол индивида является одним из элементов властных отношений (контроль над проявлениями пола осуществляется при помощи дискурсивных практик – способов интерпретации тех или иных проблем, приписывания им общественной значимости).

1.1.4. Развитие идей постструктурализма в современной лингвистике.

Критический дискурс-анализ. Идеология и значение

Философские идеи М. Фуко о роли языка в поддержании, производстве и изменении отношений власти легли в основу нового направления лингвистических исследований – критического изучения языка (частью которого является феминистская критика языка) или критического дискурс-анализа. Целью данного направления является анализ лингвистической составляющей социальных интеракций для выявления скрытых намерений и интересов в системе социальных отношений и результата их воздействия на

эту систему. Его представители Н. Фэрклоу, Т. ван Дейк, Р. Водак и др. рассматривают язык как сферу экспликации постоянного противостояния различных социальных интересов (классовых, расовых, этнических, гендерных и др.) и видят свою задачу в выявлении и изучении на материале устных и письменных интеракций социальных причин и последствий манипулятивного и дискриминационного использования языка [Faiclough 1989; van Dijk 1988; 1993, 1996; Wodak 1989, 1999].

Решение этих задач потребовало переосмысления структуралистской концепции языка и отказа от изучения системы вне социального и культурного контекста. На смену сосюрговской дихотомии *langue* и *parole*, с акцентом на изучении системы, а не ее реализации, пришло понимание языка как дискурса, как социальной практики, которая, будучи детерминирована социальными структурами, одновременно создает и воспроизводит их. Подверглись ревизии и другие принципы структурной лингвистики, в частности, признание социальной детерминированности системы языка, но не ее речевых проявлений. Последнее было недвусмысленно опровергнуто результатами социолингвистических исследований, показавших, что языковая вариативность не является продуктом индивидуального выбора, как полагал Соссюр, а связана с социальными идентичностями коммуникантов (возраст, статус, образование, гендер и др.), социально обусловленными целями общения и контекстом (ситуацией) общения.

Теоретики нового направления конкретизировали применительно к лингвистическому материалу понятие «позиция субъекта», предпочитая его термину «социальная роль»⁶ поскольку амбивалентность термина «субъект» (*subject*) отражает диалектику взаимодействия дискурса и общества: субъект действует в рамках ограничений, накладываемых на него социальными

⁶ Понятия социальной роли, ролевого поведения и т.п. используются в полоролевом подходе к осмыслению отношений между полами, обоснованному в трудах Т. Парсонса и Р. Бейлза [Parsons, Bales 1949]. Типы ролевого поведения определяются социальным положением. Ролевые стереотипы усваиваются в процессе социализации и интериоризации норм или ролевых ожиданий. Исходным основанием полоролевого подхода является имплицитное признание биологического детерминизма ролей, отсылающее к фрейдистскому представлению о врожденном мужском и женском началах.

структурами (в том числе гендерными конвенциями), и, через воспроизводство этих структур и конвенций, сам оказывает влияние на них.

Понимание языка как дискурса, как социальной практики строится на трех постулатах: 1) язык – это часть общества; 2) язык – это социальный процесс и 3) язык это социально обусловленный процесс [Fairclough 1989: 22 – 25]. Перспективность дискурсивного подхода для изучения языкового конструирования гендера диктует необходимость остановиться на данных тезисах подробнее.

(1) *Язык – это часть общества, а не внешний по отношению к нему феномен.* Явления языка есть социальные явления, ибо любое использование языка обусловлено социальными конвенциями и имеет социальные последствия. С другой стороны, социальные явления есть (частично) явления языковые. Например, дискуссии о содержании понятий «демократия», «либерализм», «терроризм» – это не просто отражение политики, но сама политика, поскольку она протекает в языке и касается языка; создание слова *suffragette* (в дополнение к метагендерному *suffragist*) – не просто акт словотворчества, а акт дискредитация движения путем тривиализации его сторонников.

(2) *Язык - это социальный процесс.* С данным постулатом связано, в частности, разграничение понятий «дискурс» и «текст». Текст (то, что сказано или написано) – это продукт, а не процесс. Понятие «дискурс» включает весь процесс социальной интеракции, т.е. не только текст, но и процессы его создания и интерпретации. С точки зрения дискурсивного анализа, формальные элементы текста – это *следы* процесса создания и *ключи* в процессе интерпретации [Fairclough 1989: 24] .

(3) *Язык – это социально обусловленный процесс* или, иначе говоря, процесс, обусловленный другими (нелингвистическими) составляющими общества. Создание и интерпретация текстов всегда происходит в определенном контексте, поэтому дискурс можно представить в виде трехчленной структуры: 1) *текст*, 2) *интеракция* (процесс создания и процесс

интерпретации текста) и 3) *контекст* (социальные условия создания и интерпретации текста). Соответственно выделяются три взаимосвязанных измерения или стадии критического дискурс-анализа: 1) *описание* (рассмотрение формальных особенностей текста); 2) *интерпретация* (анализ текста как продукта создания и ресурса в процессе интерпретации) и 3) *объяснение* (анализ социальной детерминированности и социальных последствий интеракции). Последний этап Р. Водак именуется «терапией» [Wodak 1989], имея в виду, что лингвистический анализ переносится в плоскость политических и социальных действий, или, говоря словами Т. Ван Дейка, «критическая наука... поднимает вопросы ответственности, интересов и идеологии» [Van Dijk 1988: 4].

На схеме ниже приведена концепция дискурса, представляющая язык как форму социальной практики [Fairclough 1992: 73]:



В центре находится текст, содержащий языковые формы (граммемы, слова и т.п.), которые являются «следами» того, как текст был создан (произнесен или написан) и «ключами» к тому, как он может быть интерпретирован (прочтен или услышан). То, как конкретный слушатель/читатель интерпретирует текст, зависит от ресурсов, имеющихся в его/ее распоряжении. Акцент на ресурсах подчеркивает, что тексты сами по себе не содержат фиксированных значений независимо от социального мира, в

котором они циркулируют. Значение текста существует как потенциал (*meaning potential*); текст получает значение в процессе его интерпретации читателем/слушателем (причем это значение не является одинаковым для всех). Так как текст – это часть дискурсивной деятельности в конкретной ситуации, он находится *внутри* дискурсивных практик, которые кроме этого включают процессы его создания и интерпретации. Дискурсивные практики являются формой социальной практики, поскольку использование языка – это не индивидуальная деятельность, а социальный акт (см. выше). Трактовка дискурса как социальной практики предполагает учет более широкого социального контекста или «отношений между текстами, процессами и их социальными условиями – непосредственными условиями ситуативного контекста и более отдаленными условиями институциональных и социальных структур» [Fairclough 1989: 26].

В рамках критического дискурс-анализа получила дальнейшее развитие и философская трактовка дискурса в духе М. Фуко, где дискурсы определяются как «системно организованные наборы утверждений, дающие выражение значениям и ценностям институтов <...> они определяют, описывают и ограничивают, что можно и что нельзя сказать (и, соответственно, что можно и что нельзя делать) в сфере интересов данного института <...> Дискурс предлагает набор возможных заявлений о какой-то области, теме, объекте, процессе, могущем быть предметом разговора. Тем самым он дает описания, правила, разрешения и запрещения социальных и индивидуальных действий» [Kress 1985: 6 – 7].

Отношения языка и власти проявляются в борьбе идеологически оппозиционных дискурсов за возможность определять и поддерживать те или иные идеологические положения как общепринятые. Борьба оппозиционных дискурсов ведется за то, что французский антрополог Пьер Бурдьё назвал «признанием легитимности через непризнание произвольности», а Норман Фэрклоу «натурализацией дискурса», т.е. ситуацией, когда идеологически доминирующий дискурс становится воплощением здравого смысла, а

оппозиционный – подавлен настолько, что перестает восприниматься как один из возможных способов представления вещей.

Одним из измерений здравого смысла являются значения слов. Натурализация доминирующего дискурса становится возможной благодаря традиционному представлению о том, что слова имеют фиксированные значения, которые отражают их «истинный» смысл, кодифицируемый словарями. Н. Фэрклоу демонстрирует уязвимость такой трактовки на примере самого слова «идеология», значения которого существенно различались, например, в марксизме (идеи, возникающие на основе материальных интересов), и в послевоенной Америке, где слово «идеология» было фактически синонимом тоталитаризма [Fairclough 1989: 94]. По мысли Фэрклоу, натурализация доминирующего дискурса способствует «закрытию» или ограничению потенциально возможных значений путем их фиксации в словарях. Этот тезис созвучен идеям Д. Спендер об андроцентричности языковых значений, отражающих «мужскую» картину мира [Spender 1980]. Можно сказать, что основная цель критического изучения языка – анализ явных и неявных структурных отношений доминирования, дискриминации, власти и контроля, выраженных в языке – буквально совпадает с проблематикой лингвистических исследований, артикулирующих проблему языкового неравенства женщин и мужчин, характерных для первых двух этапов в исторической периодизации гендерных исследований: «алармистского» (разоблачение традиционной патриархатной идеологии) и этапа «феминистской концептуализации» (формирование феминистских направлений в социальных науках в рамках постмодернистской теории) [Кандиоти 1992; Кирилина 1999: 27 – 28].

Современный, «постфеминистский» этап (который характеризуется появлением «мужских» исследований и отказом от универсальных гендерных категорий), не отрицая, что конструирование гендерной идентичности и отношений происходит в рамках господствующей андроцентричной идеологии, где женский субъект отстранен от власти, исходит из того, что

идеология гендерных различий не сводится к вопросу доминирования и не навязана женщинам мужчинами. Мужчины и женщины конструируют свою субъективность (понимание себя) в пределах ограничений, накладываемых дискурсивными практиками, и строят свои желания и действия в сознательном сопротивлении или согласии с этими ограничениями.

1.2. Когнитивная традиция в исследованиях языка и гендера

Важный вклад в обоснование ментальных механизмов языкового конструирования гендера внесла когнитивная традиция. Ф. де Соссюр называл язык «мыслью, организованной в звучащей материи», и ни один лингвист не станет отрицать, что язык является в определенном смысле ментальным, когнитивным феноменом. Однако к середине XX века основанный Соссюром структурализм стал предельно формализованным, особенно в США, где, сформулировав в духе бихевиористской психологии модель синхронного анализа языка, структуралисты (Л. Блумфилд и его школа) предложили дескриптивный метод, исключив как «ненаучный» критерий значения языковых форм. Упрощенное понимание языка, ограниченность проблематики и абсолютизация дистрибутивного аспекта привели к резкой критике такой «лингвистики без смысла» и появлению лингвистических теорий, активно обращающихся к семантике и когнитивным аспектам языка. «Когнитивный поворот» в американской лингвистике связывают с именем родоначальника генеративной грамматики Н. Хомского, полагавшего, что сформулированные им свойства порождения структур языка отражают структуры человеческого разума, и объявившего лингвистику одним из главных разделов психологии познания. Теория Хомского не является когнитивной в том смысле, который принят в отечественной и зарубежной лингвистике сегодня. Она построена по правилам своей внутренней логики, а не на основе научных данных о человеческом познании. Сформулированные им принципы – приоритет системы правил (*competence*) над употреблением языка (*performance*), отрицание роли социального и политического факторов и универсализация

(т.е. поиск общих черт и игнорирование специфики конкретных языков) – контрпродуктивны в изучении языка и гендера. На них основывали свои аргументы противники феминистских реформ в языке, утверждая, что родовое (метагендерное) «he» имеет грамматическую, а не социальную природу⁷.

Среди лингвистов, обучавшихся в русле традиций Хомского, была и пионер феминистской лингвистики Робин Лакофф, принадлежавшая, по ее собственному признанию, к числу тех, кого интересовал «герменевтический потенциал генеративной грамматики», т.е. возможность путем анализа поверхностных языковых форм установить, что «действительно означают предложения на более глубоком уровне, почему говорящий делает тот или иной выбор и что значит этот выбор в плане характеристики самого говорящего» [Lakoff 2000: 5].

Исторический контекст работы Р. Лакофф «Язык и место женщины» [Lakoff 1975], положившей начало интенсивным гендерным исследованиям в современной лингвистике, связан с усилением противодействия влиянию Н. Хомского. Книга выросла на интеллектуальной почве, создавшей генеративную семантику – парадигму, которая бросила вызов трансформационной генеративной грамматике (автономной модели языка Хомского) и заявила о необходимости учета социального и культурного контекста в лингвистическом анализе [Lakoff 1989]. Формирование генеративной семантики объединило различные направления прагматики и заложило основы для развития других контекстуально-ориентированных подходов к изучению языка, в том числе когнитивной лингвистики, определяющей язык как неотъемлемую часть познания, проникнуть в суть которого можно лишь с учетом того, что известно о мышлении – будь то знания, полученные путем эксперимента, интроспекции или вытекающие из соображений здравого смысла.

⁷ Речь идет о статье «Pronoun Envy», опубликованной в гарвардской «Gazette». Появившаяся вскоре после этого статья Энн Бодин, где рассказывалось об акте английского Парламента, которым было законодательно введено родовое he, а мужской род провозглашался «более достойным», чем женский [Bodine 1998], убедительно опровергла данный тезис.

Исследователи выделяют несколько когнитивных способностей (*cognitive capacities*), релевантных для изучения языковых явлений [Taylor 2002: 9 – 16]. Рассмотрим те из них, которые проливают свет на механизмы языкового конструирования гендера.

1.2.1. Когнитивные механизмы конструирования гендера

Категоризация

Функционирование человека в физическом и социальном мире зависит от сложнейшего процесса категоризации вещей, идей, процессов, социальных отношений и других людей. Индивид оперирует десятками тысяч категорий – от частных до высшей степени абстракции. Важнейшим свойством категоризации является гибкость, т.е. возможность модификации категорий в соответствии с новым опытом.

Хотя способность к категоризации, т.е. умение классифицировать и объединять явления, рассматриваемые как идентичные или в чем-либо сходные, в группы, а также способность определять, относится ли вновь обнаруженная реальность к выделенным группам, проявляется у человека очень рано, с возрастом она изменяется и приобретает более совершенный характер по мере накопления опыта, а, главное, с усвоением языка. Поэтому некоторые исследователи полагают, что категоризация – это лингвистическое явление. Ее результаты отражены в однозначной лексике, а каждое однозначное слово можно рассматривать как отражающее отдельно взятую категорию со стоящими за ней многочисленными ее представителями [КСКТ, с. 42].

Знать слово – это уметь правильно применить его к референту, входящему в соответствующую категорию. Сам факт именованья может быть идеологическим инструментом (ср. «революция» vs «бунт», «бандиты» vs «повстанцы» и т.п.). Как замечает Дэвид Ли, «с учетом того, что язык есть инструмент отнесения явлений человеческого опыта к определенным категориям, он совершенно очевидно не может быть просто зеркалом, отражающим реальность. Скорее он накладывает (навязывает) свою структуру нашему восприятию мира» [Lee 1992: 8]. Такое понимание созвучно точке

зрения на язык, принятой в современных исследованиях, где гендерные категории рассматриваются как продукты лингвистического конструирования (подробнее см. гл. 4).

Перцептивная организация «фигура – фон»

Данная когнитивная способность связана с концентрацией внимания. Фигура – это то, что находится в фокусе, на чем концентрируется внимание. Прототипом когнитивной организации *фигура – фон* является визуальное восприятие. Во всех случаях определенные аспекты (элементы) того, что мы видим, выступают на общем фоне: читая книгу, мы видим черные буквы (фигура) на белой странице (фон), а не наоборот; входя за чем-то комнату, из множества вещей видим именно ту, за которой пришли.

Организация «фигура – фон» лежит в основе оценки релевантности сообщаемого: мы автоматически обращаем внимание на то, что является в данной ситуации наиболее значимым (фигура). Концептуализация мужского и женского по принципу «нейтральное поле vs маркированный член» или феномен «стирания» немаркированной категории, рассматриваемый в главе 4, есть проявление данной когнитивной способности.

Имея непосредственное отношение к осмыслению ситуации и интерпретации сказанного, перцептивная организация «фигура – фон» актуальна для лингвистической семантики. Речь идет о способе организации определенной сцены (фрагмента «реальности») для ее лингвистического выражения. Выдвижение на первый план того или иного субъекта/информации (т.е. придание им статуса фигуры) может существенно смещать смысловые акценты и оценки. Смену фигуры и фона, перемещение точки зрения и концентрацию внимания на определенных аспектах ситуации Р. Лангакер называет *профилированием*. Примеры манипуляций такого рода часто приводятся в статьях, анализирующих сексистские языковые практики криминальных колонок СМИ [Clark 1998; Mills 1995]. Так, в заголовке «Семилетняя девочка убита, пока мать была в баре» профилируется вина матери, а не убийцы [Clark 1998: 187].

Ментальная образность и конструирование

Организация «фигура – фон» – это лишь один из аспектов более широкого феномена – способности мысленно конструировать ситуацию альтернативными способами. Представляя явление/событие, мы можем варьировать количество конкретизирующих деталей, включать или исключать какие-то обстоятельства, характеризовать участников в целом или конкретно и представлять ситуацию с разных точек зрения.

Формулировки, используемые для лингвистического кодирования ситуации, зависят от того, как конструируется эта ситуация в сознании. В известном примере Р. Лангакера крыша «плавно спускается вниз» или «плавно поднимается вверх»⁸ в зависимости от того, какой ментальный образ (глядя сверху или глядя снизу) был сконструирован [Langacker 1988: 62]. Женщина-кандидат на выборах, комбинируя языковые ресурсы, может представлять себя как жертву, борца, мать, профессионала и т.д. (гл. 5). Идея ментального конструирования является ключевой для понимания гендера как динамичного, ситуативно обусловленного феномена, поддающегося социальному манипулированию и моделированию.

Метафора и эмпиризм (телесный опыт)

Метафора отвечает способности человека улавливать и самому создавать связи между разными классами объектов. Характер этих связей еще не оценен однозначно, но бесспорно то, что, как пишет Н.Д. Арутюнова, «эта способность играет громадную роль как в практическом, так и в теоретическом познании» [Арутюнова 1990(а): 15]. Ницше утверждал, что все познание метафорично и что «на самом деле мы обладаем лишь метафорами вещей, которые совершенно не соответствуют их первоначальным сущностям» [с. 11 – 12]. Позднее другой немецкий философ, Э. Кассирер, указывал на моделирующую функцию метафоры, которая, принимая участие в формировании представления об объекте, предопределяет, таким образом, способ и стиль мышления о нем. Эту идею убедительно развили Дж. Лакофф и

⁸ (1) The roof slopes gently downwards. (2) The roof slopes gently upwards.

М. Джонсон, показав, как метафоры структурируют наше восприятие, мышление и действия [Lakoff, Johnson 1980].

Метафора конструирует сферу абстрактного опыта в терминах физического, телесного опыта, и языковые воплощения «телесной метафоры» пронизывают весь язык. Наличие двух типов людей (мужчин и женщин) мотивировало название философских категорий мужественности и женственности, составив базу сравнения для метафоры, определяющей стереотипы обыденного создания и широко используемой применительно к объектам, не связанным с полом («женский цвет», «пиво с мужским характером»). Гендер может быть как источником, так и темой метафоры. Роль метафоры в гендерной категоризации анализируется в главе 4.

Концептуальные архетипы

Наряду с явными различиями между отдельными языками существуют и столь же разительные черты сходства (подобия), которые в основном касаются более высокого уровня абстракции. В этой связи Р. Лангакер говорит о концептуальных архетипах [Langacker 1999: 9]. Одним из таких архетипов (концептуальных универсалий), возникающих уже на первом году жизни человека является понятие «вещь». К концептуальным архетипам относят понятия «действие», «событие», «причинность», «одушевленность» [Mandler 1992], а также выделенные М. Джонсоном схемы-образы – вместилище, опора, сила и т.д.

Мужское и женское начала и соотнесенные с ними представления о мужественности и женственности встречаются во всех космогонических представлениях народов. В древнекитайской мифологии и натурфилософии это два противоположных начала – темное *инь* и светлое *ян*, практически всегда выступающие в парном сочетании.

Вездесущность гендера, наличие во многих языках морфологических и лексических маркеров мужского и женского рода, способность осмысливать неодушевленные предметы в терминах мужественности и женственности, а также характерная для многих культур связь основных движущих сил

мироздания с мужским и женским началами позволяют рассматривать их как концептуальные архетипы.

Инференции (умозаключения)

Важной особенностью сознания является способность на основе фрагмента информации, обрывочных сведений и т.п. мгновенно восстанавливать возможную картину, восполнять недостающие данные, детали, приписывать действующим лицам неназванные мотивы и намерения, устанавливать причины на основе следствия и делать выводы о следствиях на основе имеющихся обстоятельств. Благодаря этой способности, интерпретация языковых выражений, как правило, выходит далеко за пределы фактически сказанного. И наоборот, выражая мысль в языке, нет нужды проговаривать все ее аспекты и детали. Можно обозначить главное и предоставить адресату додумать (сделать заключения) об остальном. Таким образом, инференции или умозаключения можно определить как механизм восстановления скрытой информации [Петрова 1988: 123]. Типичным случаем умозаключений является получение вывода на основе силлогизма.

Инференция рассматривается как важнейшее условие конструктивной деятельности при понимании текста, построении его ментальной модели, осознании связности (когерентности) [КСКТ, с. 33 – 35]. Так, смысл фразы «мальчишки есть мальчишки» не может быть понят путем буквальной «расшифровки» значений ее составляющих. Вывод смысла осуществляется путем «достраивания» ситуации на основе гендерных знаний о мире (мальчишки задиристы/неаккуратны/бесшабашны), восполнения нужных логических связей и понимания того, *что* имплицитруется (неизбежность такого поведения, невозможность его изменить, готовность принять и т.п.).

Автоматизм

Еще одна особенность человеческого сознания связана со способностью к развитию автоматизма не только моторных, но и мыслительных операций. Речь идет об особых нейро-когнитивных механизмах, контролирующих действия, производимые неосознанно (автоматически). В языке это прежде

всего артикуляторные действия, а также конструирование сложных слов, построение фраз и т.д. в соответствии с общеизвестными и отработанными практиками.

Исследования психологов показали, что процессы гендерной категоризации и стереотипизации могут носить как осознанный, так и неосознанный (автоматический) характер. Этот вывод подтвержден экспериментами. В одном из них участникам предлагались слова-стимулы, обозначающие черты характера, предметы или явления («нежность», «балет», «бокс»), непосредственно за которыми следовали личные имена («Адам» или «Алиса»). Респонденты идентифицировали имена как мужские или женские быстрее в тех случаях, когда им предшествовали гендерно конгруэнтные стимулы. Аналогичные результаты были получены в эксперименте с личными местоимениями: скорость идентификации в случае гендерно совместимых пар («mechanic/механик» – «he/он») оказалась существенно выше, чем в случае гендерно несовместимых пар («nurse/медсестра» – «he/он») [Banaji, Hardin 1996]. Эксперимент на материале сербо-хорватского языка [Gurjanov, Lukatela, Savic and Turvey 1985], где в качестве стимула использовались притяжательные прилагательные с гендерно-маркированными окончаниями, также подтвердил зависимость скорости реакции от гендерной совместимости слова-стимула и слова-цели.

При предъявлении невербального стимула (картинки) скорость реакции респондентов была выше в случае взаимно-однозначных соответствий стимула и цели (т.е. в тех случаях, когда картинка изображала мужчину или женщину), однако эффект отмечался и при предъявлении стимулов, коннотирующих гендер (кухонная рукавица, боксерская перчатка и т.п.) [Lemm, Banaji 1999]. Последнее наблюдение представляется особенно важным, ибо показывает, что вербальные и визуальные образы, денотативно не связанные с гендером (например, пушистый котенок или рычащая собака), автоматически активизируют в сознании гендерные представления не через биологический пол стимула (пол котенка или собаки может быть просто неизвестен), а через

черты, присущие стимулу – маленькие размеры, мягкость, слабость (ассоциируемые с женственностью) и крупные размеры, силу и агрессивность (приписываемые мужественности). При этом, как подчеркивают исследователи, пол самих участников эксперимента никак не сказался на полученных результатах, что позволило сделать вывод о том, что автоматическая гендерная стереотипизация в одинаковой мере присуща и мужчинам, и женщинам.

Социальное поведение

Человек – существо социальное, и язык является одним из главных средств манифестации социальной (групповой) идентичности. Его символические ресурсы включают, в частности, гендерно детерминированные нормы и правила речевого поведения, которые индивид усваивает в процессе социализации, когда формируется привычка (навык) говорить «как мужчина» или «как женщина» и соответствующим образом интерпретировать речь других [Maltz, Borker 1982]. Важную роль в этом процессе играют гендерные стереотипы – культурно и социально обусловленные мнения о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражение в языке [СГТ, с.66]. Стереотипы выполняют роль программы поведения; они закреплены в коллективном сознании и меняются очень медленно. Роль стереотипов в гендерной категоризации анализируется в главе 4.

1.2.2. Вклад когнитивной теории в разработку проблемы значения

Когнитивная теория углубила современные представления о значении, связав его с механизмами сознания и акцентировав активную природу понимания – важный аспект идеи конструирования гендера в дискурсе.

Слова языка соотносятся со схемами (фреймами, скриптами, сценариями), так что употребление каждого слова соответствует части какой-либо схемы или активизирует некую схему. Значение слова определяется относительно его схемы («встроено» в нее). Например, слова «земля» и «суша» (*ground and land*) могут использоваться для обозначения одного и того

же участка земной поверхности, но слово «земля» принадлежит вертикальной схеме (которая отделяет небо от земли), а слово суша к горизонтальной схеме (отделяющей сушу от моря). Этот пример принадлежит Ч. Филлмору, который утверждал, что «знать значение слова – это иметь представление о хотя бы каких-то деталях его схематизации» [Fillmore 1984: 89].

Чтобы понять слово так, как это задумал говорящий, или употребить его соответствующим образом, необходимо знать схему (или схемы), к которым оно принадлежит в данном конкретном контексте. Так, слово «человек» может определяться по крайней мере относительно двух типов когнитивных моделей. В рамках первой оно получает метагендерное значение, отделяясь от иных сущностей (*человек vs вещь, человек vs животное*), в рамках второй – гендерно маркированное значение, становясь синонимом слова «мужчина» (*молодой человек vs молодая женщина*).

Слова вызывают представления о системе значений, а нередко – как, например, в случае с метафорой («*аппетитная женщина*») – активизируют несколько систем сразу. Когнитивный подход к пониманию значения позволяет по-новому взглянуть на феномен многозначности. Варьирование плана содержания языковых единиц в рамках когнитивного подхода к семантике трактуется как трансформация исходного фрейма, осуществляющаяся в каждом конкретном акте речи в результате специфических когнитивных преобразований [Баранов, Добровольский, 1990: 455]. При таком подходе грани между собственно языковым и неязыковыми значениями стираются. Так, значения слова «*мужской*» («*такой как у мужчины, характерный для мужчины*») [ТСРЯ, с. 369]) в разных контекстах существенно различаются, актуализируя те или иные стороны базового концепта (*мужское рукопожатие, мужская походка, мужской разговор, мужская дружба* и т.д.). Эти значения, хотя и не фиксируются словарем, конвенциональны, т.е. культурно и социально детерминированы и закреплены в соответствующих идиомах.

Значение может возникать в процессе его интерпретации участниками речевых интеракций. В тех случаях, когда традиционных и буквальных значений недостаточно, чтобы охватить ситуацию (событие, опыт), в действие вступает когнитивная способность дискурсивного конструирования значений. Даже самые простые слова/выражения могут приобретать новые значения в соответствии с ситуацией. Фраза «ты же мужчина», обращенная ко взрослому, может служить призывом к активным действиям, а адресованная ребенку – просьбой не плакать. Метафора «стальная улыбка» – имплицировать твердость и уверенность в описании мужчины и холодность в описании женщины и пр.

Дискурсивно конструируемые значения Г. Пальмер делит на ситуативные (*situated*) и эмерджентные (*emergent*) [Palmer 1996: 37]. В первом случае речь идет о взаимодействии традиционных языковых значений с конвенциональными ситуациями – «событиями употребления» (Р. Лангакер) – в результате чего конструируются значения, которые являются и конвенциональными, и соотнесенными с различными дискурсивными ситуациями (см. выше). Во втором – о схематизации относительно нового и незнакомого опыта и обработке/интерпретации его в терминах конвенциональных категорий.

Идентификация подобных значений требует внимания к идентичностям и опыту коммуникантов, а также к истории самого дискурса, как феномена, конструируемого участниками. Поскольку идентификация того, что является уместным, релевантным или значимым, часто зависит от точки зрения и социальной позиции, определение значения должно быть интерпретативным и принимать во внимание конструктивные схемы как говорящего, так и слушающего.

Как отмечал Р. Лангакер, «важная часть значения любого выражения включает оценку говорящим общего контекста (лингвистического, социального, культурного и интеракционного)», а поскольку «ничто не перемещается между говорящим и слушающим кроме звуковых волн» [Langacker 1987: 162], задача слушателя – «сконструировать разумную

гипотезу о характере концептуализации, побудившей к высказыванию». Другими словами, «в любой момент дискурса интерпретатор должен осознавать сцены, образы или воспоминания, которые в данный момент активизируются» [Fillmore 1975: 80]. Индивид не просто «декодирует», а интерпретирует высказывание путем активного сопоставления его черт с репрезентациями, хранящимися в долговременной памяти. Эти репрезентации являются прототипами очертаний слов, грамматических моделей предложений, типичной структуры нарративов, характеристик объекта, лица, ожидаемой последовательности событий в конкретном типе ситуации.

Отметим, что феномен дискурсивно конструируемого значения имеет и иные терминологические обозначения. В.А. Звегинцев в этой связи говорит о значении и смысле: «Всякий раз, когда посредством языка осуществляется деятельность общения между одним человеком и другим, в обязательном порядке имеет место процесс обязательной актуализации той «вещи», о которой идет речь. В результате <...> возникает смысловое содержание, рождающееся в предложении. А смысловое содержание не поддается кодификации, в частности, лингвистической. Оно – всегда результат творческого мыслительного усилия, так как формируется в неповторяющихся ситуациях, воплощая в себе соотнесение данной ситуации (или образующих ее вещей) с внутренней моделью мира, хранящейся в сознании человека. <...> Всякий раз, когда слово выступает в составе предложения, происходит актуальное порождение или, точнее, «возрождение» его значения, обусловленное смысловым содержанием данного предложения. Поэтому значение слова как элемент языка остается неизменным и тождественным самому себе, но как элемент предложения оно всегда иное. И именно поэтому значение слова, хотя оно и внутри языка, способно создавать смысл, который вне языка» [Звегинцев 2001: 176 – 177].

В «Кратком словаре когнитивных терминов» речь идет о *языковом значении* (значение единиц, хранимых как неразлагаемые (например, элементарные единицы словаря)) и *речевом значении* («вычисляемом» в

результате интерпретации). *Смыслом* выражения называется «актуализированное речевое значение в рамках ситуационной ситуации интерпретирования» [КСКТ, с. 32].

В герменевтике смысл определяют как «такую конфигурацию связей и отношений между различными элементами ситуации деятельности и коммуникации, которая создается или восстанавливается человеком, понимающим текст сообщения» [Щедровицкий 1974: 91], подчеркивая идею конструируемости значений, актуальную для анализа той стороны языка, которая интересует нас в данном исследовании.

1.3. Социокультурная традиция в исследованиях языка и гендера

Если структуралистская традиция понимает язык как систему знаков и акцентирует его символическую функцию, а когнитивная лингвистика видит в нем один из аспектов познания, то в рамках социокультурной традиции язык трактуется прежде всего как посредник социальных отношений, выразитель социальной идентичности, хранитель культурных ценностей, средство воплощения (посредник) искусства и ритуалов. Эта традиция наиболее ярко реализуется в социолингвистике и антропологии, которая всегда была теснейшим образом связана с лингвистикой.

1.3.1. Гендер в антропологии и этнолингвистике

В антропологии язык традиционно рассматривался как средство понимания определенных аспектов культуры. Словарный состав языка того или иного народа воспринимался как отражение его отношения к миру и представлений о мире. Каталогизация терминов родства, названий растений, животных, божеств и т.д. – стандартная практика антропологических исследований. Ученые-антропологи первыми обратили внимание и на половые различия в языке⁹, отметив, что в некоторых традиционных племенных культурах для обозначения одних и тех же понятий и предметов мужчины и

⁹ Информация об этом поступала еще в XVII в., однако системные исследования в этой области начались лишь во второй половине XX в.

женщины используют разные слова, а иногда имеют место систематические звуковые различия в мужских и женских формах слов (например, в речи мужчин племени карайа в Бразилии отсутствуют звуки [k] и [ku] [Talbot 1998]).

Американский лингвист и антрополог Э. Сепир исследовал различия, имплицитные социальную идентичность (*person implications*) в языках американских индейцев. Он, в частности, описал язык индейского племени яна в Калифорнии, где слова, используемые мужчинами в общении между собой бывают длиннее, чем в общей разновидности языка (благодаря добавлению суффикса /-na/), но в большинстве случаев слова общего языка являются усечением слов мужского языка. Сепир интерпретировал эти различия как речевую сигнализацию пола и сделал вывод о том, что пол говорящего маркируется индексально и облигаторно в морфологии, что подтвердилось дальнейшими исследованиями индейских языков. Например, М. Хаас установила, что в языке племени касати пол говорящего маркирован глагольной формой: если женская форма заканчивается на носовой гласный, в конце мужской появляется согласный –s и т.д. [Coates 1992: 39 – 40].

Гендерные различия в «цивилизованных» языках Европы стали предметом рассмотрения в работах О. Есперсена и Ф. Маутнера. Их рассуждения на эту тему во многом спекулятивны и отражают стереотипы и предубеждения своего времени. Так, в книге Есперсена «Язык. Его природа, развитие и происхождение» глава «Женщина» включена в часть «Индивид и мир» в одном ряду с главами «Пиджин» и «Иностранец», что предполагает, что женский язык воспринимается автором как отклонение от нормы. Несмотря на общий джентльменский тон (Есперсен, например, отмечает, что женская речь способствует чистоте языка, ибо женщины инстинктивно избегают употребления грубых и бранных форм), в книге есть и тенденциозные («сексистские») утверждения. Например, мужчинам приписывается творческое начало в языке в силу их более высоких интеллектуальных способностей, а также утверждается, что у женщин более ограниченный словарь, да и тот они не всегда используют правильно (*with*

disregard of their proper meaning) [Jespersen 1998]. Речь, кстати, идет о ставшем частью коллоквиальной нормы современного английского языка употреблении наречий-интенсификаторов – *awfully pretty, terribly nice*.

Заслугой Ф. Маутнера, изучавшего мужское и женское речевое поведение в различных социальных группах, является то, что он соотнес гендерную вариативность в языке с социальными причинами. Возникновение «женского» языка Маутнер связывал с историческими традициями античного театра, где женские роли исполняли мужчины. Лишь с появлением на сцене женщин в технике драматургии произошли изменения, давшие возможность «зазвучать» и женскому варианту языка – иначе говоря, общество восприняло «женский» язык тогда, когда женщинам позволено было выступать.

В данный период, исходным пунктом интерпретации признаков полового диморфизма в языке и речи, как правило, была их природная обусловленность, и лишь значительно позднее антропологи стали уделять внимание исследованию социальных причин полового диморфизма.

Язык и мировоззрение. Роль гипотезы лингвистической относительности в гендерных исследованиях

В первой половине XX века американские антропологи, изучавшие языки американских индейцев, сопоставляя их с материалом европейских языков, пришли к заключению о несоизмеримости членения опыта в разных языках, об относительности понятий и в целом формы мышления. Это положение легло в основу гипотезы лингвистической относительности Сэпира – Уорфа, согласно которой языки могут сильно различаться в плане категоризации мира (не существует одного универсального стандарта, определяющего, какие концептуальные различия должен формировать язык). Как отмечал Сепир, «мы видим, слышим и вообще воспринимаем окружающий мир именно так, а не иначе, главным образом благодаря тому, что наш выбор при его интерпретации предопределяется языковыми привычками нашего общества <...> для нормального человека всякий опыт

пропитан вербализмом», так «... как будто первичным миром реальности является словесный мир» [Сепир 1993: 261, 228]. Закономерна в этой связи интерпретация Э. Сэпиром культуры: «культуру можно определить как то, что данное общество делает и думает. Язык же есть то, как думают» [с. 193].

Еще более определенны высказывания Л.Б. Уорфа: «Мы выделяем в мире явлений те или иные категории и типы совсем не потому, что они (эти категории и типы) самоочевидны: напротив, мир предстает перед нами как калейдоскопический поток впечатлений, который должен быть организован нашим сознанием, а значит, в основном – языковой системой, хранящейся в нашем сознании. Мы расчленяем мир, организуем его восприятие и распределяем значения так, а не иначе в основном потому, что мы – участники соглашения, предписывающего подобную систематизацию. Это соглашение имеет силу для определенного речевого коллектива и закреплено в системе моделей нашего языка» [цит. по: Зубкова 2003: 115].

Мысль о том, что язык способен оказывать влияние на мировоззрение, высказывалась еще В. Гумбольдтом и активно развивалась в рамках неогумбольдтианской школы (Л. Вайсгербер). По Гумбольдту, «сущность языка состоит в том, чтобы отливать в форму мыслей материю мира вещей и явлений». Внутренняя форма языка дает субъективный образ объективного мира, а потому «значительная часть содержания языка... находится в неоспоримой зависимости от этого языка» [Гумбольдт 1984: 317, 318]. Язык не только создает некий образ мира, но и оказывает действенное влияние на мысли и поступки людей и на развитие общества в целом.

Хотя популярность гипотезы Сепира – Уорфа существенно снизилась с развитием когнитивной лингвистики и изучением универсалий, понятие языковой относительности оказалось востребованным современными феминистскими исследователями, которые использовали ее для обоснования собственных теорий. На ее основе было сформулировано по крайней мере три вывода, определивших содержательно и методологически направление многих лингвистических работ 1970 – 80-х гг.

Радикальные феминистские лингвистические теории исходят из того, что (1) язык определяет или, в более сдержанной формулировке, накладывает существенные ограничения на восприятие и мышление, а следовательно, на реальность; (2) мужчины контролируют язык так же, как они контролируют ресурсы в патриархальном обществе, т.е. определяют значения и нормы употребления, что способствует сохранению мизогинистского мировоззрения. Кроме того, феминистские теоретики заявляют, что (3) женщины поставлены в неблагоприятное, невыгодное положение как пользователи языка. Они вынуждены использовать мужской язык, что искажает их опыт и не дает адекватных возможностей для самовыражения (тезис об «отчуждении» женщин от языка).

Как видим, в феминистском развитии идей Сепира и Уорфа есть много элементов упрощенчества и преувеличения. Известно, что авторы гипотезы говорили в основном о грамматических формах и структурах, которые могут выступать в роли незамечаемого «фона» (*background*) для мышления и восприятия. На примере передачи впечатления от падения камня средствами английского, немецкого, французского, русского и ряда индейских языков, Э. Сепир, например, показывал, «... сколь многое может быть добавлено к нашей форме выражения, изъято из нее или перегруппировано в ней без существенного изменения реального содержания нашего сообщения об этом физическом факте <...> а лишь в зависимости от наличия/отсутствия грамматических категорий рода, числа, одушевленности/неодушевленности, определенности/неопределенности, времени или вследствие лексической неэквивалентности (например, в отсутствие глагола, соответствующего понятию «падать» в языке нутка)» [Сепир 1993: 256 – 258].

Наиболее близка по духу к такому видению концепция деривационного мышления (*derivational thinking*) американского лингвиста и антрополога М. Дж. Хардман [Hardman 1996]. Андроцентризм английского языка и вторичный («производный») статус женщин в английской языковой картине мира она напрямую связывает с его грамматическим строем, в частности, с наличием

категорий числа (оппозиция «один – много»), степеней сравнения, порядком слов, ассоциацией мужского с активной позицией субъекта, а женского – объекта, метагендерным использованием местоимения *he* и существительного *man*, традицией брать фамилию мужа в браке, а также бытующими в обществе стандартами оценки, в соответствии с которыми то, что хорошо для женщин, не может быть хорошо для мужчин. В одной из своих статей исследовательница рассказывает историю о том, что когда девушка прыгнула с высокой скалы, у юношей это перестало считаться знаком мужественности («ведь это может даже женщина»).

М. Дж. Хардман сравнивает английский язык с реконструированным ею языком южноамериканских индейцев джака, в котором нет грамматической категории рода (ей соответствует категория «живое – неживое»), а также отсутствует категория числа (в понимании европейских языков) и степеней сравнения (у данного народа вообще не принято сравнивать людей). В традиционной культуре джака нет понятия о том, что только мужчина может быть главой семьи; женщины там всегда имели право владеть землей и т.д. Прожив много лет среди этого народа, М. Дж. Хардман имела возможность наблюдать, как менялось эгалитарное устройство общества по мере проникновения европейских традиций.

Работа Хардман дает перспективный материал для обоснования разной степени андроцентричности языков и культур, хотя сама она прямо не делает такого вывода. Приоритет в обосновании данной гипотезы принадлежит отечественным ученым. Исследования А.В. Кирилиной по сопоставительному анализу немецкой и русской фразеологии показали, что в русском языке более широко и в целом более позитивно, чем в немецком, представлены «социальные роли, степени родства, этапы жизни женщины, ее разнообразные задачи и умения» [Кирилина 1999: 106 – 143]. Анализ паремиологического фонда продемонстрировал наличие «женского голоса» и женского мировидения в картине мира, создаваемой русской паремиологией (чего в немецком материале зафиксировано не было), а также то, что образ женщины

на аксиологической шкале коннотирован отрицательно далеко не всегда [с. 110 – 112]. Было установлено, что «русской женственности не свойственна слабость и беспомощность» [с. 142] и пр. Сопоставительный анализ ассоциативной картины мира русских и англичан позволил выявить в целом более позитивную оценку в русском материале женского интеллекта: слова «умная» чаще ассоциируется с женщиной, как и «красота» [Уфимцева 1996: 152 – 153].

В западной феминистской лингвистической традиции наиболее известными трудами, построенными на радикальной версии гипотезы Сэпира – Уорфа, являются работы Д. Спендер и М. Дейли, которые в значительной мере опирались на социологическую теорию Арденеров.

«Безгласные» женщины и «язык, сделанный мужчиной»

Одну из влиятельных моделей функционирования языка в культуре и точку зрения на роль гендера в этом процессе предложили британские социологи Эдвин и Ширли Арденер. Сами они не принадлежат к радикальной феминистской традиции, но их идеи были восприняты и развиты Мери Дейли и Черис Крамери, представляющими парадигму доминирования в гендерных исследованиях.

Основная мысль Арденеров заключается в том, что хотя каждая социальная группа имеет свое понимание общества, не каждая группа получает возможность публично артикулировать эти идеи. Способы и средства языкового выражения контролируются доминирующей группой, а менее влиятельные группы становятся немymi, «безгласными» (*muted*), их «реальность» не получает репрезентации. Вот как пишет об этом Ширли Арденер: «В любом обществе существуют господствующие (*dominant*) способы выражения, создаваемые доминирующими в нем структурами. В любой ситуации «слушают» и «слышат» лишь доминирующий способ выражения. Лишенная голоса группа (*muted group*) в любом контексте должна

выражать себя в терминах доминирующего способа, а не той модели выражения, которую она могла бы создать сама» [цит. по: Cameron 1992: 141].

Безгласной группой, о которой, в частности, пишут Арденеры, являются женщины. У женщин есть другая реальность, но они вынуждены кодировать (выражать) ее в терминах «мужской реальности». При этом речь не идет о полном молчании. Как подчеркивает Ш. Арденер, «Они [безгласная группа. – Е.Г.] могут говорить много и часто. Важно, однако, располагают ли они возможностью сказать все, что хотят, так и когда они этого хотят» [там же]. Таким образом, у Арденеров, женщины имеют как свою модель мира, так и возможность пользоваться языком. Проблема заключается в том, что эти две модели не совпадают, тогда как у мужчин язык и реальность совпадают без проблем.

Ч. Крамери, приняв эту концепцию за основу для анализа, выдвигает несколько гипотез, которые затем рассматривает эмпирически. По мнению Крамери, женщинам легче понять мужчин, чем наоборот, поскольку они должны понимать доминантную модель выражения для перевода своего опыта в приемлемую форму (чего мужчинам делать не приходится). Женщины выражают больше неудовлетворения существующими способами языкового выражения и ищут альтернативные модели. Они испытывают больше трудностей в публичной речи; у них отличное от мужчин чувство юмора. В подтверждение своих гипотез Крамери приводит, в частности, данные социологических опросов и клинических практик, где мужчины постоянно выражают удивление по поводу того, что говорят женщины и чего они хотят [Kramarae 1981].

Другая представительница радикальной феминистской традиции США, Мери Дэйли, также находившаяся под влиянием теории Арденеров, свою цель видит в буквальном разрушении доминирующих (патриархатных) канонов и моделей языкового выражения. На основе существующих в языке слов, путем их расчленения, усечения и каламбурного обыгрывания, она создает новые лексемы, отражающие «женский голос» и взгляд [Daly 1978]. Многие

неологизмы Дейли ныне широко известны, став частью не только гендерного, но и более широко англоязычного культурного дискурса. Так, в слове *history* («история») путем реверсии было выделено два компонента – *his* («его») и *story* («история»), затем «мужское» местоимение *his* заменено на «женское» *her*. Полученный таким образом неологизм *herstory* выражает призыв пересмотреть историю, включив в нее и женщин (рассказать женскую историю человечества). И хотя слово *herstory* не вошло в широкий лингвистический обиход, в сети Интернет создан ряд сайтов с таким названием, которые посвящены женщинам, внесшим вклад в историю и не получившим достойного отражения в ней. Подтверждением актуальности слова *herstory* для современного языкового сознания можно считать и появление его «мужского» аналога *Hisstory* (название недавно созданной туалетной воды для мужчин).

В словаре М. Дейли «Webster's First New Intergalactic Wickedary of the English Language» многие общеизвестные слова получают новые дефиниции путем буквального прочтения кодирующих их наименований: слово *home* («дом») определяется как «место работы большинства женщин» (*most women's place of work*), а слово *homesick* (букв. «тоскующий/скучающий по дому») как 1) *sickened by the home* («испытывать тошноту от дома»); 2) *sick of the home; healthily motivated to escape the patriarchal home and family* («уставать от дома, испытывать здоровое желание сбежать из патриархального дома и семьи»).

С лингвистической точки зрения неологизмы Дейли интересны тем, что она экспериментирует с внутренней формой «схваченного» словом концепта. Напомним, что, по мнению Ю.С. Степанова, концепт имеет трехуровневую структуру: 1) основной, актуальный признак; 2) дополнительные, «пассивные» признаки, являющиеся историческими; 3) внутренняя форма, запечатленная во внешней, словесной форме [Степанов 2001: 44] или этимологический признак, который, по Степанову, релевантен лишь для ученых и ими обнаруживается. Феминистское словотворчество, на наш взгляд, не только доказывает правомерность предложенного Ю.С. Степановым выделения внутренней формы концепта как компонента его структуры, но и является

своеобразным подтверждением мнения, высказанного А.В. Кирилиной [см. также Телия 1996; Баранов, Добровольский 1998], что внутренняя форма концепта, запечатленная в знаке, все же может в большей или меньшей степени осознаваться носителями языка.

Еще одной ключевой для феминистской теории работой, основанной на радикальном прочтении гипотезы Сепира-Уорфа, является книга Дейл Спендер «Мужчина сделал язык» (*Man Made Language*) [Spender 1980]. Ее основная идея – разоблачение андроцентризма языка, где, по мысли Спендер, мужчины контролируют значения слов (дают их определения и интерпретацию), навязывая через язык мужское видение мира. «Язык, – пишет Спендер, – есть средство классификации и упорядочения мира: средство манипулирования реальностью. <...> Именно язык определяет пределы нашего мира и конструирует нашу реальность. Люди не могут адекватно описать мир, потому что для этого нужно иметь систему классификации. Но как только у них появляется эта система, как только у них появляется язык, они способны видеть лишь навязанные им вещи» [Spender 1980: 139]. Аргументируя свой взгляд на конструирование патриархатного порядка, Спендер использует терминологию Ж. Лакана: «Рождаясь мы попадаем в символический порядок и, становясь членами общества, входя в значения, репрезентируемые символами, мы тоже начинаем структурировать мир, подводя его под существующие символы; мы входим в патриархатный порядок и тем самым даем ему бытие, мы помогаем ему осуществиться» [с. 4].

В обоснование своей точки зрения Д. Спендер приводит многочисленные лексические примеры, подчеркивая, что речь идет не просто об андроцентристском определении лингвистических терминов, но о создании базовой классификационной системы, в рамках которой интерпретируются понятия и выражения. Так, слово «материнство» в патриархатной традиции определяется исключительно позитивно, так что другие стороны женского опыта, связанные с этим понятием, не могут быть выражены в языке: можно сказать *happy motherhood* («счастливое материнство»), но недопустима

сочетаемость *unhappy motherhood* («несчастное/несчастливое материнство»). Мужскую перспективу отражает и значение слова *work* («работа») – «оплачиваемый труд, выполняемый вне дома», ср: «У нее грудной ребенок, она не работает». Источником вновь создаваемых слов, по мнению Спендер, является скорее точка зрения именуемого, нежели особенности самой именуемой вещи. Со ссылкой на работу Дж. Арчера, она описывает создание новых терминов группой психологов, изучавших гендерные особенности восприятия стимула в окружающем поле. В разработанном ими эксперименте участники могли либо вычленив стимул (фигуру) из окружающего контекста, либо воспринять все поле в целом. Женщины чаще воспринимали стимул и поле как целое, мужчины же вычленили стимул из контекста. Поведение мужчин получило название *field independence* («поле-независимость»), а поведение женщин – *field dependence* («поле-зависимость»), что коннотировало ущербность женского восприятия. Однако, как замечает Спендер, тот же самый феномен можно назвать терминами *context awareness* («осознание контекста») и *context blindness* («контекстуальная слепота»), имплицитными превосходящими женского и ущербность мужского восприятия. «Любое имя отражает предвзятость и процесс именованного кодирует эту предвзятость, определяя, что подчеркнуть, а что не заметить», – заключает Спендер [Spender 1998: 98].

Поскольку слова кодируют мужской опыт, женщины вынуждены либо пользоваться чуждыми им словами (тезис об отчуждении женщин от языка – *alienation of women*) или отказаться от языка вообще (*silencing of women*). В основе мужской власти в языке, по Спендер, лежит идея о мужском превосходстве, как несомненной естественной данности. Если поколебать незыблемость подобных представлений, оспорив, например, определения каких-то понятий, мужчины перейдут в оборонительную позицию, что подтолкнет женщин к «наступлению», поскольку власть мужчин уже не будет рассматриваться как естественная и справедливая. Таким образом, феминистская лингвистическая теория получает выход в феминистскую

политическую практику, ставя вопрос о сопротивлении, противодействии (*resistance*) мужскому контролю над языком. Эта идея получила дальнейшее развитие в феминистской стилистике и литературной критике (теория «чтения-сопротивления» (*resistant reading*) Джудит Феттерлей) [Fetterley 1981].

Работа Д. Спендер проникнута политическим пафосом и уязвима для лингвистической критики. Ее неоднократно упрекали за непоследовательность в употреблении термина «значение» и произвольность в толковании других лингвистических терминов («структура», «слово», символ»). Критики Спендер справедливо указывали на чересчур прямолинейное представление о доминировании мужского начала в языке и неправомерность понимания его как монолитной системы, нормы которой низводят индивида до роли механического воспроизводителя правил языка [Talbot 1996: 48]. Вместе с тем, следует признать, что работы Спендер акцентировали агентивность человека в языке, роль «человеческого фактора» в создании значений.

В конце XX в. лингвистическая антропология смещает акценты с раскрытия мировоззрения путем анализа структур языка на изучение вербального поведения, характерного для определенных культур или субкультур, выявление закономерностей и норм, регулирующих речевые события. Данное направление получило название этнографии речи (*ethnography of speaking*). Термин был введен еще в 1960-х гг. Д. Хаймсом для обозначения исследований речевых форм и моделей конкретной языковой общности в отличие от изучения языка как гомогенной системы. Хаймс обратил внимание на то, что речевые ритуалы во многих культурах носят гендерно детерминированный характер. Право говорить не просто дается или не дается определенным категориям лиц, но связано с конкретными ситуациями и действиями этих лиц. Например, в культуре одного из индейских племен Чили, когда молодая жена входит в дом мужа, она должна некоторое время молчать. «Речь мужчин поощряется во всех ситуациях и считается проявлением мужского ума и лидерства. Идеальная женщина – тиха и покорна, она молчит в присутствии мужа. На общих собраниях мужчины

говорят очень много, женщины же тихо сидят рядом, переговариваясь лишь шепотом, или молчат» [Hymes 1972: 45].

В рамках этнографии речи были выполнены многочисленные исследования на материале различных языков, существенно расширившие научные представления о взаимодействии языка, гендера и культуры: речевая культура и стратегии вежливости в языке мексиканских индейцев племени майя [Brown 1980], различные типы женского коммуникативного поведения [Jones 1990; Coates 1988; 1996], гендерные переключения в речевой культуре индийских хиджра [Hall, O'Donovan 1996], гендерная социолингвистическая составляющая молодежных субкультур в Испании [Pujolar, 2001], гендер в вербальном поведении полицейских Филадельфии [McElhinni 1995], речевое поведение женщин-руководителей в японском языке и культуре [Sunaoshi 1994] и др. Большинство из этих работ используют подходы и методы социолингвистики и нередко относятся к области интеракциональной социолингвистики. Таким образом, можно сказать, что в изучении гендера имеет место не только тенденция к междисциплинарности, но и к внутрдисциплинарной интеграции.

1.3.2. Социолингвистические исследования гендера

Сформировавшись как субдисциплина внутри лингвистики и социологии, социолингвистика занимается изучением языка в социальном контексте, что предполагает исследование языковой вариативности – как социальной (детерминированной возрастом, статусом, образованием, гендером и другими характеристиками коммуникантов), так и стилистической (связанной со спецификой ситуации общения). Одним из важных факторов развития данного направления было стремление приблизить лингвистическую науку к реальной жизни, сделав предметом изучения речь низших слоев общества и социальных меньшинств, которая, как правило, стигматизировалась.

Методология социолингвистических исследований (особенно на начальной стадии) предполагала количественный учет определенных языковых параметров, отобранных из аудиозаписей разговорной речи, и соотнесение их с социальными характеристиками говорящего и/или ситуации. Примерно с конца 1970-х гг., кроме изучения речевых практик, все больше внимания уделяется отношениям между языком и идеологией (языком и властью), лингвистическим аспектам социальной психологии и т.п. Можно сказать, что системное изучение полового диморфизма в языке началось именно в социолингвистике.

Спектр социолингвистических исследований гендера весьма широк. Необходимость обращения к ранним социолингвистическим трудам, несмотря на то, что многие высказываемые в них идеи «морально устарели», связана с тем, что более глубокое понимание современного состояния научного направления определяется возможностью взглянуть на некоторые из поставленных им задач в историческом контексте. Если не знать, как и откуда появились определенная проблематика и подходы, невозможно удовлетворительно оценить доказательность и актуальность новых подходов к исследованию взаимодействия языка и гендера.

Ранние исследования полового диморфизма в социолингвистике и интерпретация полученных данных

Первые данные о различиях мужской и женской речи были получены в работах У. Лабова и П. Траджила и касались главным образом использования стандартных и просторечных фонетических форм в речи мужчин и женщин.

У. Лабов анализировал социальные диалекты жителей Нью-Йорка (записи устных интервью) и динамику языковой вариативности в зависимости от социального статуса говорящего и степени формальности ситуации. Он, в частности, установил, что женщины в каждом из выделенных социальных классов употребляют меньше нестандартных (стигматизированных) фонологических вариантов, чем мужчины, и связал нестандартную речь с

проявлением маскулинности, хотя, по его же собственным данным, снижение степени формальности общения приводит к тому, что и мужчины, и женщины употребляют больше просторечных форм [Labov 1971; 1998].

П. Траджил, рассматривавший проблемы пола, скрытого престижа и языковую вариативность в речи представителей различных социальных и возрастных групп г. Нориджа (Великобритания), пришел к выводу, что женщины чаще, чем мужчины прибегают к «престижным» стандартным формам произношения, поскольку подчиненное социальное положение побуждает их сигнализировать свой статус лингвистически. Мужчины же, по его мнению, видят в субстандартной речи признак мужественности и групповой солидарности. В самооценке правильности собственной речи женщины оценивали ее выше, а мужчины ниже, чем это было на самом деле [Trudgill 1972].

Интерпретация полученных данных в этот период во многом строилась на гендерных стереотипах. Указывалось, например, что, поскольку женщины лишены возможности самореализации и самоутверждения в профессиональной сфере (либо потому что не имеют работы, либо потому, что считают главным для себя семью), они уделяют повышенное внимание другим символам, в частности, внешности и речи. Кроме того, поскольку женщины играют главную роль в воспитании детей, они стремятся дать им пример «правильной речи». Как отмечает Д. Камерон, такая аргументация подменяет категорию женщины категориями жены, домохозяйки и матери, и вряд ли может считаться убедительной. Более правильная речь, как справедливо указывает Камерон, может быть, помимо прочего, связана с уровнем образования (по данным социологов, в рабочих семьях уровень образования у женщин нередко выше, чем у мужчин), характером деятельности (физический труд у мужчин и работа в офисе/магазине/школе у женщин) и т.д. [Cameron 1995: 63 – 70].

Как показали более поздние исследования, стандартизация речи и устойчивость просторечия могут определяться не собственно полом

говорящего, а ситуацией на рынке труда или силой внутригрупповых социальных связей. Интересна в этой связи работа Патриции Николс, исследовавшей языковую ситуацию на острове у побережья Южной Каролины, черное население которого говорит на языке гулла (креолизированный вариант африкано-английского пиджина, сохранившийся со времен плантаторов). Николс зафиксировала в некоторых частях острова тенденцию к распространению стандартного американского. Движущей силой этой тенденции были молодые женщины, однако отнюдь не из стремления тем самым сигнализировать свой статус (как предполагалось исследователями ранее). Просто все больше молодых островитян искали работу вне острова, не желая заниматься земледелием, как их родители. На побережье начала развиваться туристическая индустрия, что создавало возможности для трудоустройства. Эти возможности, однако, были неодинаковы для мужчин и женщин: мужчины в основном получали работу на стройках, а женщины – в сфере услуг, где требовалось знание стандартного американского (и где они имели больше возможностей слышать его и говорить на нем). Поэтому семьи островитян поощряли изучение языка девочками: мужчина мог прокормиться и без образования, а женщина нет. При этом, как установила Николс, пожилые островитянки говорили почти исключительно на гулла, возможно, потому, что, в отличие от мужчин, практически не покидали остров, чтобы продавать свои (сельхоз)продукты [Nichols 1983].

Николс одной из первых обратила внимание на неоднородность категории «женщина», подчеркнув: «Они (женщины. – Е.Г.) делают выбор в контекстах конкретных социальных ситуаций, а не в результате общей реакции на одинаковое для всех “положение женщины”» [Nichols 1983:54].

Исследования показывают, что тезис о большей стандартизации (правильности) женской речи отнюдь не универсален. По данным Бет Томас, в небольшой сельской общине Уэльса Понтрид-и-фен носителями нестандартного (просторечного) произношения являлись пожилые женщины, чья жизнь замкнута домом, общением с ближайшими соседями и активным

участием в жизни церковной общины (двух неангликанских церквей на окраине деревни) [Thomas 1989].

Лесли и Джеймс Милрой, исследуя языковую ситуацию в трех рабочих общинах Белфаста, пришли к выводу, что тенденция к сохранению просторечного произношения может быть связана с силой/прочностью внутригрупповых социальных связей (теория социальных сетей). Хотя в целом результаты Милрой не противоречили результатам Лабова и Траджила (мужчины обнаружили тенденцию к менее, а женщины к более стандартной речи), в одном из регионов, где был высок уровень безработицы среди мужчин (вследствие чего они искали работу вне местной общины), а женские социальные связи оказались гораздо более сильными (поскольку женщины работали вместе и проводили много времени вне дома), именно женщины демонстрировали приверженность нестандартным (просторечным) фонетическим вариантам [Milroy 1978].

Эти и другие исследования показывают, что апелляция к только социальной гендерной роли не в состоянии объяснить, почему в сходных ситуациях мужчины (женщины) они ведут себя по-разному. Гораздо более перспективно для установления причин языковой вариативности изучать конкретные речевые практики, которые создают гендерные роли, а не замыкаться на самих ролях. Например, Дж. Чешир, анализируя речь школьников на уроках чтения, обнаружила, в частности, что использование нестандартных форм многими мальчиками связано с их отношением к учителю. Если отношения с учителем складывались хорошо, они при чтении использовали меньше просторечных форм (адаптировали свою речь к школьным стандартам). В случае плохих отношений, количество нестандартных форм увеличивалось. Таким образом, вопреки модели У. Лабова, согласно которой переход к более формальной обстановке порождает более правильную речь, многие подростки, демонстрируя неприятие школы и школьных правил, больше использовали нестандартный язык на уроках (т.е. в формальной обстановке), чем на игровой площадке [Cheshire 1978].

Исследования «женского языка»

Бурное развитие гендерной лингвистики в 1970 – 80-х гг. на Западе связано с изучением так называемого «женского языка». Толчком к интенсивным социолингвистическим исследованиям в этом направлении стала работа Робин Лакофф, которая показала, как речь женщин отражает и (вос)производит их подчиненное положение в обществе [Lakoff 1975]. Используя в качестве основных методов наблюдение и лингвистическую интуицию, Лакофф выделила несколько отличительных признаков женского языка, в том числе:

- специализированный словарь, связанный с женскими сферами деятельности и интересов;
- более точные, детализированные цветообозначения – *mauve, lavender/ розовато-лиловый, лавандовый, аквамариновый* и т.п.;
- аффективные прилагательные, используемые для выражения эмоционального отношения, а не денотативной информации (*adorable, divine, lovely/ милый. божественный, очаровательный*), и слова-интенсификаторы (*Fread is so sick/ Фред так болен* и т.п.);
- разделительные вопросы, которые, по мысли Лакофф, имплицитно выражают неуверенность женщины при выражении собственного мнения – *don't you? isn't it? / не правда ли? не так ли? да? ведь так?*;
- слова и фразы диффузной семантики, смягчающие категоричность утверждения (*hedges*) – *kind of, sort of, you know, well/ знаешь, ну как бы, что-то вроде, типа, как будто* и т.п.;
- супервежливость и склонность к эвфемизации;
- гиперкорректность и т. д.

Впоследствии каждый из этих аспектов стал предметом эмпирического анализа в многочисленных социолингвистических исследованиях; некоторые из них подтверждали, а некоторые опровергали выводы Лакофф. Например, в экспериментальных записях бесед супругов [Fishman 1978], на семинарских занятиях в студенческих группах [McMilan 1977], в беседах пожилых людей

[Hartman 1976] разделительные вопросы чаще использовали женщины; а в дискуссиях на академической конференции [Dubois, Crouch, 1975], в неформальных беседах студентов [Lapadat, Seesahai 1977] и профессиональных разговорах на рабочем месте [Johnson 1980] – мужчины [см. так же Crawford 1995].

Главным результатом экспериментальных «проверок» гипотезы Лакофф стало осознание полифункциональности большей части выделенных ею параметров. Социолингвист из Новой Зеландии Дж. Холмс, например, установила, что диффузный вводный элемент *you know* (= *знаешь, представляешь*) может выражать как неуверенность, так и уверенность (эти варианты отличаются, в частности, интонационным оформлением) [Holmes 1987: 64]. А проведенный ею анализ разделительных вопросов показал, что они могут иметь референциальное (*referential*) и аффективное (*affective*) значения. Первые характеризуются подъемом интонации и выражают неуверенность по поводу содержательной стороны высказывания; такой вопрос уместно задать, когда говорящий нуждается в подтверждении правильности своего высказывания. Аффективные разделительные вопросы характеризуются подъемом интонации и бывают двух типов: (1) фасилитативные (*facilitative*) сигнализируют солидарность/близость и используются, чтобы вовлечь собеседника в разговор; (2) смягчающие (*softening*) сглаживают обидное замечание или категоричность высказывания. В экспериментах Холмс женщины чаще, чем мужчины, использовали фасилитативные вопросы (59% против 10% у мужчин), тогда как мужчины – вопросы с референциальным значением (61% против 35% у женщин).

Американские социолингвисты О'Барр и Аткинс выразили сомнение в правомерности отнесения выделенных Лакофф языковых особенностей (формулы вежливости/извинения, обезличенные структуры, вербальные знаки неуверенности/смягчения категоричности и т.д.) к «женскому языку». Проанализировав 150 часов аудиозаписей речи свидетелей в суде, они пришли к выводу, что аналогичное речевое поведение могут демонстрировать как

женщины, так и мужчины. При этом у женщин с высоким уровнем образования, социальным статусом и/или опытом выступлений в суде «индекс черт женского языка» был значительно ниже, чем у мужчин. Сопоставив все показатели, О'Барр и Аткинс заключили, что набор черт, приписываемых Р. Лакофф женскому языку, на самом деле характеризуют слабый, безвластный язык (*powerless language*): лица с низким социальным статусом, не имеющие опыта дачи свидетельских показаний в суде, прибегали к нему независимо от пола [O'Barr, Atkins 1980]

Изучение женской речи в последующие годы было продолжено в несколько ином направлении – как анализ общения в женских группах [Aries, Johnson 1983; Coates, Cameron 1989]. Ранее в социолингвистике практически не проводилось исследований, где в роли респондентов выступали бы только женщины.

Анализ гендерного доминирования в коммуникации

Одним из важных направлений в лингвистических гендерных исследованиях 1970 – 80-х гг. было изучение асимметричных моделей прерывания и контроля над темой разговора. Д. Зиммерман и К. Уэст изучали явления прерывания (нарушение очередности в диалоге) и наложения высказываний (опережение, в результате которого реплика вновь вступающего накладывается на окончание реплики собеседника) на материале аудиозаписей неформальных диалогов мужчин и женщин в магазинах, кафе и т.д. на территории Калифорнийского университета [Zimmerman, West 1975]. Согласно их данным, мужчины прерывали женщин чаще, чем других мужчин, а женщины практически не прерывали собеседника-мужчину; при этом в беседах представителей одного пола собеседники прерывали друг друга в примерно одинаковых пропорциях. Кроме того, мужчины меньше, чем женщины поддерживали ход беседы с помощью вербальных знаков внимания (*да ну, знаешь, неужели, что ты говоришь* и т.п.), а если и использовали их, то с большой задержкой. Результаты исследования были интерпретированы учеными с феминистских позиций – как проявление гендерного

доминирования в коммуникации. В последующих работах было установлено, что асимметрии прерывания может определять не только гендер, но информированность коммуникантов [Leet-Pellegreni 1980], а также их статус [Eakis, Eakis 1976]. Хотя в некоторых ситуациях даже более высокий статус не защищал женщин: например, мужчины-пациенты чаще прерывали женщин-врачей, чем наоборот [West 1984].

Вопрос о гендерном доминировании в коммуникации получил дальнейшее развитие в работах П. Фишман [Fishman 1998] и В. ДеФрансиско [1991] в аспекте «коммуникативного разделения труда» и молчания как способе контроля над темой разговора. На основе анализа многочасовых записей бесед трех супружеских пар в домашней обстановке, Фишман пришла к выводу, что женщины неизменно поддерживали беседу с мужьями с помощью вербальных знаков выражения заинтересованности и поддержки. Мужчины же часто замолкали, что женщины воспринимали как незаинтересованность и меняли тему разговора. Анализ Фишман включал такие параметры как распределение вопросов, минимальные реплики-реакции, знаки привлечения/поддержания внимания, а также инициация и поддержание темы разговора. Исследование В. ДеФрансиско, проведенное на более обширном эмпирическом материале, подтвердило вывод Фишман о том, что жены чаще используют словесные знаки привлечения внимания и выражения заинтересованности; мужья же не выражают такой «поддержки» в общении, что обычно воспринимается женщинами как отсутствие интереса к теме разговора.

Следует отметить, что в большинстве ранних работ интерпретация эмпирических данных была весьма прямолинейной и упрощенной. Как показали более поздние исследования общения в женских (однополых) группах, не каждое прерывание собеседника есть попытка или факт доминирования [Coates 1988]. Напротив, в некоторых ситуациях наложение высказываний может являться проявлением солидарности и заинтересованности [Tannen 1984]. Иначе говоря, одни и те же речевые

стратегии и модели в различных ситуациях могут использоваться с разными целями, т.е. восприниматься («работать») по-разному для женщин и мужчин.

Исследования вербального поведения мужчин и женщин:

гендер и вежливость

Заметное место в социолингвистических исследованиях гендера занимают работы, анализирующие вежливость в вербальном поведении мужчин и женщин. Тезис о том, что женщины более вежливы, восходит, с одной стороны, к исследованиям У. Лабова и П. Траджила, подчеркивавших тенденцию к использованию женщинами более престижных стандартных форм (их речь более формальна, а речь мужчин более фамильярна), а с другой стороны, – к работе Р. Лакофф, где вежливость женской речи связывается с их подчиненным положением в обществе, чувством неуверенности и, как следствие, обилием смягчающих форм.

В теории коммуникации и прагматике вежливость определяется как внимание к нуждам лица собеседника (*face wants*) [Brown, Levinson 1987]. Стратегии позитивной вежливости направлены на удовлетворение нужд позитивного лица (потребности в одобрении, положительной оценке) и включают выражение симпатии, заинтересованности, солидарности, согласия, подтверждение общности целей и т.п. Стратегии негативной вежливости направлены на удовлетворение потребностей негативного лица (желания, чтобы ничто не ограничивало свободу действий, не налагало нежелательных обязательств, не доставляло неудобств) и представляют собой заверения в том, что говорящий признает и считается с негативным лицом адресата. Потенциальная угроза лицу сглаживается различного рода извинениями, смягчающими формулами, вопросами вместо утверждений и т.п.

Гендерные аспекты выражения вежливости рассматривались в серии статей Пенелопы Браун (1976; 1979; 1980; 1993). Она, в частности, анализировала использование частиц, усиливающих или ослабляющих/смягчающих перформативность высказывания, в речевом общении индейцев майя в Мексике [Brown 1980]. По Браун, усиливающие частицы могут

рассматриваться как проявление стратегий позитивной вежливости (акцентуация одобрения, симпатии, солидарности и т.п.), а ослабляющие – как сигналы негативной вежливости (смягчение вмешательства или иных речевых актов, которые могут представлять угрозу для лица адресата). Выводы Браун включают, в частности, констатацию того, что (а) женщины намного чаще прибегали как к позитивной, так и к негативной вежливости, тогда как мужчины говорили суше, ограничиваясь констатацией фактов; (б) женщины использовали характерные только для них стратегии позитивной и негативной вежливости, маркирующие «женский стиль» общения. С другой стороны, использование языковых форм/моделей характерных для мужчин (в ритуальных молитвах, шутках/остротах сексуального характера), определяет типичные черты «мужского стиля».

Мысль о том, что женщины более внимательны к нуждам лица собеседника, высказывали также Шэри Кендал и Дебора Таннен в ходе анализа гендерных аспектов общения на рабочем месте. По их наблюдениям, женщины, занимающие руководящие посты, склонны отдавать приказы/распоряжения, избегая угрозы для лица подчиненных, в то время как у мужчин-руководителей такой тенденции не наблюдается. Соответственно был сделан вывод, что женщины используют власть, чтобы «спасти лицо» собеседника, и приглушают авторитарность, чтобы не показаться высокомерной (*bossy*) и т.п. [Kendal, Tannen 1997].

Маргарет Дучар, используя понятия «лица», предложила свое объяснение тезиса о большей правильности женской речи. По ее мнению, поскольку женщины обладают в обществе меньшей властью, использование более престижных стандартных форм – это стратегия, направленная на то, чтобы защитить свое лицо без угрозы для лица собеседника, обладающего относительно большей властью [Deuchar 1989].

Дж. Холмс, исследуя речевое поведение мужчин и женщин в контексте академической дискуссии, также указывает, что женщины в большей мере учитывают потребности лица мужчин (партнеров по коммуникации), чем

наоборот, и заключает, что игнорирование потребностей лица другого коммуниканта является «маркером маскулинности» [Holmes 1995]. Холмс фактически приходит к выводу о том, что у мужчин и женщин разные цели и нормы общения: мужчины, по ее мнению, более ориентированы на референциальную функцию языка (передача информации, фактов, содержания), а женщины – на аффективную, межличностную функцию (передача чувств, отражение социальных отношений) [с. 3]. Как следствие, у мужчин и женщин могут быть разные модели вежливости. Например, по наблюдениям Холмс, для женщин комплимент (стратегия позитивной вежливости), как правило, является сигналом солидарности, тогда как мужчины интерпретируют их как выражение покровительства (т.е. речевые акты, несущие угрозу для лица) либо как выражение объективной оценки [с. 43].

Анализ речевых примеров обмена комплиментами, собранных Холмс в Новой Зеландии¹⁰, выявил количественные асимметрии в стратегиях комплиментарности: в 51% случаев комплименты делали женщины женщинам и лишь в 9% – мужчины мужчинам (23,1 % мужчины женщинам и 16,5% женщины мужчинам). Комплименты женщинам чаще всего касались внешности, а комплименты мужчинам – собственности и поступков. При этом, по наблюдениям Холмс, комплименты чаще делали друг другу лица с равным статусом. При иерархических статусных отношениях комплименты весьма редки и, как правило, иницируются лицами с более высоким статусом. Результаты исследования Холмс показали, что и мужчины, и женщины чаще принимали комплименты (словами «да», «спасибо», «я тоже так думаю») [Holmes 1989].

М. Талбот отмечает, что общая тенденция принимать комплименты, отмеченная Холмс, не совпадает с данными, полученными на малазийском материале, где комплименты чаще отвергаются, чем принимаются [Талбот 1996: 96]. Это связано с характерными для данного общества культурными

¹⁰ Аналогичное соотношение зарегистрировано в исследованиях на американском материале [Herbert 1990]

нормами, которые требуют (особенно от женщин) скромности и не допускают самовосхваления. Таким образом, сценарии комплиментарности и гендерные стратегии вежливости имеют этнокультурную специфику [Ёсиказу 2003].

Мужской и женский коммуникативные стили и проблема взаимного непонимания

Важным этапом в социолингвистическом изучении гендера стали работы, в которых общение между мужчинами и женщинами трактуется с точки зрения теории двух культур. Данный подход впервые сформулировали американские социолингвисты Дэниел Молц и Рут Боркер, анализируя причины взаимного непонимания между мужчинами и женщинами в коммуникации [Maltz, Borker 1982]. Концепция Молца и Боркер восходит к двум теоретическим источникам: исследованиям Дж. Гамперца по межкультурной коммуникации [Gumperz 1978; 1982] и анализу общения в детских группах Марджори Харнес Гудвин [Goodwin 1980; 1982].

Дж. Гамперц, исследуя речевые практики интервьюирования представителей этнических меньшинств (иммигрантов) британскими чиновниками службы занятости, выдвинул тезис о том, что люди, живущие или действующие в определенной социальной среде, вырабатывают свойственный только им групповой стиль общения, поэтому коммуниканты из социально удаленных групп могут испытывать трудности и непонимание в общении. Даже такие минимальные стилистические вариации, как повышение тона голоса, пауза в вопросе и т.д., определяют, будет ли говорящий воспринят как человек вежливый или грубый, настроенный враждебно или наоборот. Эксперименты Гамперца и его группы подтвердили, что несоответствие ожиданий коммуникантов приводит к проблемам в общении (например, интонационные модели, используемые индийскими иммигрантами, воспринимались британскими чиновниками как грубые и неуважительные). При этом подчеркивалось, что проблемы межэтнической коммуникации не есть следствие недобросовестности или дурных намерений коммуникантов;

взаимное непонимание может возникнуть, даже когда намерения у собеседников самые добрые и они стараются понять друг друга.

По данным Марджори Харнес Гудвин, изучавшей игровое общение чернокожих детей в Филадельфии, девочки в дружеских беседах избегали использовать прямые директивы, выражая побуждение косвенно («а давайте...», «мы могли бы...» и т.д.). У мальчиков в игре пожелания, как правило, принимали форму команд. В их компаниях сразу разворачивалась борьба за лидерство и языковые стратегии играли в этом определяющую роль («давай скорее эту штуку...», «эй ты, заткнись»). В компании девочек подобное поведение вызывало осуждение. Они чаще играли парами или в небольших группах без иерархии.

Опираясь на эти и аналогичные данные, Д. Молц и Р. Боркер пришли к заключению, что в процессе взросления представители разного пола, усваивая цели и смысл общения в различных социальных контекстах, учатся по-разному использовать язык. Девочки привыкают с помощью слов создавать и поддерживать отношения близости и равенства, критиковать других в приемлемой (непрямой) форме, тонко и чутко интерпретировать речь партнеров по коммуникации. Мальчики учатся утверждать позиции превосходства, привлекать и удерживать внимание аудитории, быть напористым (защищать свои права), когда говорит другой. Иначе говоря, по мнению Молц и Брокер, гендерная сегрегация в детстве приводит к выработке у мужчин и женщин разных моделей общения, потенциально чреватых взаимным непониманием, поскольку каждый из коммуникантов исходит из своих ожиданий [Maltz, Borker 1982] .

Эти идеи спустя несколько лет были развиты в работах Деборы Таннен [Tannen 1990], где различия между коммуникативными стилями мужчин и женщин представлены в терминах бинарных оппозиций (в левой колонке – признаки женского, в правой – мужского коммуникативного стиля):

<i>Problem sharing</i> (делиться проблемой)	<i>Problem solving</i> (решать проблему)
<i>Rapport</i> (выстраивание отношений)	<i>Report</i> (информирование)

*Listening (слушать)**Lecturing (вещать)**Private (личное)**Public (публичное)**Connection (связь)**Status (статус)**Supportive (поддерживающий)**Oppositional (оппозиционный)**Intimacy (близость)**Independence (независимость)*

Женщины в общении, по мнению Таннен, делятся своими проблемами, не стесняются обращаться за помощью (информацией), ценят сочувствие, помощь и поддержку. Мужчины предпочитают решать проблемы, а не говорить о них, не любят просить об информации (помощи), комфортнее чувствуют себя в роли эксперта/лектора/учителя, нежели ученика и слушателя (как женщины). Женщины больше говорят в неформальной обстановке, мужчины – на публике и т.д.

Для большинства женщин, по мнению Таннен, общение – это средство установления дружеских отношений, общих интересов, выражение солидарности. Их коммуникативное взаимодействие не иерархично. Для большинства мужчин общение – это конкуренция, арена создания и поддержания иерархии (статуса) путем демонстрации своей информированности, уверенности, силы и т.д. С этих позиций ею интерпретируется множество ситуаций, где проблемы в общении между мужчинами и женщинами связаны не с доминированием одного пола над другим, а с разным пониманием ситуации, разными ожиданиями и стилями общения.

Концепция Д. Таннен в целом созвучна позиции Дж. Холмс, обобщившей различия между мужской и женской речью следующим образом [Holmes 1993]:

- у мужчин и женщин формируются разные модели употребления языка;
- женщины уделяют аффективным (межличностным) функциям общения больше внимания, чем мужчины;
- женщины чаще, чем мужчины, используют лингвистические формы, подчеркивающие солидарность;

- женщины строят общение так, чтобы поддерживать и укреплять отношения солидарности; мужчины в общении (особенно в официальных контекстах) стремятся поддерживать и укреплять власть и статус;
- в одинаковой социальной ситуации женщины используют больше стандартных форм, чем мужчины из той же социальной группы.

По мнению Холмс, после проверки на материале различных языков и культур, данные признаки могли бы претендовать на статус социолингвистических универсалий. Однако дальнейшее развитие гендерной лингвистики характеризовалось отказом от универсализации в пользу изучения особенностей речевого поведения в конкретных коммуникативных контекстах.

ВЫВОДЫ

Современные представления о языке и гендере формировались в русле (пост)структуралистской традиции, опирающейся на постулаты знаковой теории Ф. де Соссюра. Помимо ключевых понятий оппозиции и маркированности, важным для гендерной лингвистики является тезис Ф. де Соссюра о конвенциональности концептуальной системы, которая познается индивидом в процессе изучения языка. На нем фактически основан тезис об андроцентричности языковой картины мира и возможности иного осмысления социальной реальности. Развитие семиотики Соссюра в трудах Э. Бенвениста и Р. Барта заложило базу для осознания культурно-символической составляющей гендера и изучения способов ее языковой реализации.

Структурализм, с одной стороны, способствовал эссенциалистским представлениям о гендере: оппозиционное позиционирование мужского и женского профилирует имманентный характер гендерных различий. С другой стороны, идея Ф. де Соссюра о релятивности языковых значений, которые определяются не отношениями знаков с внешним миром, а внутрисистемными противопоставлениями, стала базой для дерридеанской деконструкции, в

которой самодостаточность мужского субъекта (и, соответственно, его право на привилегированное положение в системе) объявляется фикцией, поскольку он определяется через свой противочлен (женский субъект). Труды Ж. Дерриды, Ж. Лакана и М. Фуко легли в основу представлений о языке как средстве конструирования социального мира, в котором даже природные (биологические) сущности, такие как пол, контролируются с помощью дискурсивных практик, а гендерные отношения рассматриваются как форма проявления власти. Развитие этих идей на лингвистической почве привело к новому пониманию языка как дискурса, социальной практики, которая будучи детерминирована социальными структурами, одновременно создает и воспроизводит их.

Влияние когнитивной традиции на развитие гендерной лингвистики связано, в частности, с экспликацией ментальных механизмов (когнитивных способностей), участвующих в процессах языкового конструирования гендера – категоризация, автоматизм, инференции, перцептивная организация «фигура – фон», ментальная образность и конструирование, концептуальные архетипы, социальное поведение и пр. Для понимания гендера как дискурсивного конструкта важен вклад когнитивной традиции в разработку проблемы значения, акцентирующий активную природу понимания и возможность создания значений (смыслов) в процессе их интерпретации участниками коммуникации.

Лингвистические исследования гендера зарождались в антропологии и социолингвистике, в центре внимания которых находятся человек и культура, язык и общество. Исследователей интересовали главным образом два вопроса: (1) как говорят женщины и мужчины (т.е. различия мужского и женского языка, стратегии и тактики речевого поведения, гендерно специфичный выбор единиц лексикона/синтаксических конструкций) и (2) как говорят о женщинах и мужчинах (репрезентации мужского и женского в номинативной системе языка, приписывание определенных оценок). Многие «ранние» исследования (1970 –1980 гг.) носят ярко выраженный идеологический и полемический

характер; их целью является разоблачение гендерного неравенства и патриархатных стереотипов.

Экспликация сексизма в языке и обоснование андроцентричности языковой картины мира в рамках данного направления строились на радикальном прочтении гипотезы лингвистической относительности Сепира-Уорфа, осмысленной через призму философии постструктурализма и социологических теорий социального доминирования. На основе синтеза этих теорий сформировались идеологические и методологические основы феминистской лингвистики и ее постулатов об определяющем влиянии языка на восприятие и мышление, мужском контроле над языком и «отчуждении» женщин от языка («замалчивании» женского опыта). Идея неодинаковой степени андроцентричности языков и культур на ранних этапах развития гендерной лингвистики не рассматривалась и была сформулирована позднее в работах отечественных ученых.

Наряду с исследованиями, направленными на раскрытие мировоззрения путем анализа структур язык, активно велось изучение гендерных аспектов вербального поведения, характерного для определенных культур или субкультур; выявление закономерностей и норм, регулирующих речевые события. Первые исследования гендера как социального параметра, влияющего на использование языка, проводились в рамках количественно-коррелятивного подхода (Лабов, Траджил, Милрой и др.). Определялись лингвистические переменные, получающие различную реализацию; затем различные варианты соотносились с социопараметрами говорящего. Данный подход критиковался, в частности, за игнорирование вариантивности внутри гендерных групп. Мужская и женская модели употребления языка противопоставлялись по принципам власти (доминирования в общении), правильности, вежливости и т.п. При этом гендерные различия вербального поведения трактовались как отражение социальной роли и результат(продукт) процесса социализации. Вместе с тем, уже на данном этапе отмечалось, что многие речевые особенности могут определяться не собственно полом

говорящего, а ситуацией на рынке труда, силой внутригрупповых социальных связей, психологическими факторами или иными особенностями ситуации общения.

Социолингвистические исследования речевого поведения мужчин и женщин не только углубили знания о гендере, но и обеспечили «приращение» собственно лингвистического знания. Учет гендера как социопараметра – наряду возрастом, статусом, этнической принадлежностью – расширил представления о характере и причинах языковой вариативности, особенностях речевого поведения, межличностной и межкультурной коммуникации (стратегии вежливости, проблемы взаимного непонимания и «сбоев» в общении), специфике конкретных речевых актов (комплимент и др.) и жанров (интервью и др.). Был создан описательный аппарат доминирования в коммуникации, внесены уточнения в условия соблюдения принципа кооперации, выявлены новые аспекты понятия коммуникативной неудачи, такие как прерывание говорящего, невозможность завершить высказывание, утрата контроля над темой разговора и ряд других параметров.

Вместе с тем, многие из упомянутых исследований страдают методологическим заблуждением, суть которого заключается в том, что их выводы, будучи сделаны на конкретном, узком материале, получили глобальное толкование и фактически стали приписываться всем мужчинам и женщинам. Неправомерность такого подхода становилась очевидной по мере ухода от глобальных трактовок мужественности и женственности и осознания их как изменчивых, многомерных конструкторов, поддающихся социальному манипулированию и моделированию.

Поскольку универсализм в понимании гендерных различий далеко не изжит [Потапов 2001], представляется целесообразным подробнее остановиться на некоторых методологических уроках, которые можно извлечь из ранних социолингвистических работ.

Глава 2. КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ «РАННИХ» ГЕНДЕРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ЛИНВИСТИКЕ И ОБОСНОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО ПОДХОДА

Критическое осмысление «ранних» гендерных исследований необходимо для обоснования современного подхода, базирующегося на принципе дискурсивного «построения» социального мира. Анализ методологии данных исследований ведется в двух направлениях: (1) вскрывается идеологическая ангажированность парадигм интерпретации результатов в исследованиях языка и гендера (2) выявляются методологические заблуждения, ведущие к сомнительным выводам – созданию научных стереотипов о гендере.

Обоснование принципов современного подхода опирается на понятия языкового конструирования и практики. Анализ теоретических и методологических основ современных исследований языка и гендера связан с вопросом о статусе гендерно специфичных языковых форм, которые трактуются либо как часть социальной (гендерной) роли, либо как символический ресурс конструирования гендерной идентичности.

2.1. Интерпретация результатов гендерных исследований: дефицитность, доминирование, различие

В исследованиях языка и гендера 1970 – 1980-х гг. различие между мужским и женским речевым поведением считалось аксиомой и служило отправным пунктом для лингвистического анализа. Интерпретация результатов происходила в рамках нескольких идеологических парадигм: дефицитности (*deficit*), доминирования (*dominance*) и различия (*difference*).

Парадигма дефицитности акцентирует ущербность женщин в языке: мужской язык воспринимается как норма, а женский – как отклонение от нормы. Такой подход характерен для начального этапа гендерных исследований и представлен в работах О. Есперсена и Ф. Маутнера, а также в некоторой степени в книге Р. Лакофф «Язык и место женщины», где «женские» формы противопоставляются «нейтральным» (употребляемым

мужчинами), то есть имплицитно нормативность мужского и ущербность женского языка.

По мнению Р. Лакофф, особенности женской речи, делают ее «слабой», «неуверенной» и «безвластной», что в целом отражает подчиненное положение женщины в обществе. Причину, по которой современные женщины продолжают прибегать к такому стилю речи, Лакофф видит в том, как воспитываются девочки в семье и обществе, какие требования к ним предъявляются, что поощряется и что осуждается в их поведении. Таким образом, в ее концепции содержатся предпосылки как парадигмы доминирования, так и различия.

В *парадигме доминирования* языковые формы и модели интерпретируются как проявления патриархатного социального порядка, а гендерные асимметрии в коммуникации – как реализация привилегированного положения мужчин: например, прерывание в диалоге считается проявлением власти и контроля.

Парадигму доминирования представляют упомянутые выше работы Ч. Крамери, Д. Спендер, П. Фишман, В. ДеФрансиско и др. Для них характерна не только экспликация форм гендерного неравенства в общении, но и тенденция к реверсивной гендерной асимметрии, когда женскому коммуникативному стилю приписывается бóльшая социальная ценность, чем мужскому. Например, утверждается, что женщины нацелены на сотрудничество и взаимопонимание, умеют лучше слушать, внимательнее в проблемам собеседника и в целом их речевое поведение более «гуманное», что способствует успешности общения и т.п.

Наиболее ярким представителем третьей парадигмы – *парадигмы различия* – является Д. Таннен и другие исследователи, которые рассматривают коммуникацию между мужчинами и женщинами с позиции двух культур («разных, но равных») [Tannen 1990; Maltz and Borker 1982; Holmes 1993, Woher 1993 и др.]. Этот подход нашел немало сторонников в социолингвистике благодаря подходу Д. Таннен, которая последовательно

стоит на нейтральной позиции, воздерживаясь от каких-либо оценок мужского и женского коммуникативных стилей, что более соответствует принципам социолингвистической науки.

Можно сказать, что исторически парадигмы доминирования и различия представляют собой разные моменты развития феминизма: первая отражает феминистский протест против различных форм подавления женщин; вторая – момент «торжества феминизма, восстановления и переоценки женской культурной традиции» [Cameron 1996: 41]. Расхождения между парадигмами доминирования и различия не непреодолимы: иногда оба подхода используются, дополняя друг друга [Johnstone, Ferrara, Bean 1992]. Более того, на сегодняшний день утверждения о доминировании и различиях более не рассматриваются как взаимоисключающие [Барон 2005].

Недостатки парадигмы доминирования. Главной проблемой парадигмы доминирования является своего рода панконтекстуальность. Трактовка мужского доминирования как повсеместного и монолитного, легко опровергается, например, в ситуациях семейного общения, концептуализированных в идиоматических выражениях типа «жена пилит», «жена заела», «быть под каблуком у жены».

Монолитное понимание мужского доминирования малоэффективно для объяснения современных практик исключения женщин из некоторых сфер публичной коммуникации. К примеру, маргинальность женщин в Интернет-общении или их немногочисленность в точных науках не может быть объяснена мужским подавлением. Анализируя факторы, препятствующие активному вовлечению женской аудитории в виртуальный дискурс, М. Талбот указывает, в частности, что компьютерная культура и техническая сфера в целом воспринимаются как мужские по историко-культурным и психологическим причинам [Талбот 1996:141].

Еще более уязвим с методологической точки зрения так называемый интенционализм – установка, что подавление женщин мужчинами носит намеренный характер [Kotthoff 1996; Кирилина 2002: 51]. Вопросы гендерного

доминирования в коммуникации требуют более дифференцированного подхода и четко поставленных вопросов: Что происходит на работе и в семье? Как изменяются модели доминирования в различных культурах или социальных контекстах одной культуры? В каких институтах, ситуациях и т.д. имеет место доминирование, и как институты, ситуации и контексты способствуют этому?

Кроме того, в парадигме доминирования не учитывается тот факт, что сами женщины нередко создают и воспроизводят патриархатные структуры и ценности, о чем свидетельствует, например, анализируемая ниже статья Э. Охс и Д. Тейлор «Папа лучше знает» [Ochs, Taylor 1995], а также кросс-культурное исследование причин и мотивов сохранения/смены женщинами фамилии в браке [Gritsenko, Boxer 2005].

Недостатки парадигмы различия. Исследованиям, выполненным в рамках парадигмы различия, в той или иной мере свойственно «не замечать» вопросов власти в гендерной коммуникации. Основная проблема концепции «двух культур» заключается в игнорировании социальных причин и следствий выявляемых различий. Анализируемые ситуации, представлены как ситуации межличностного общения между равными партнерами в отрыве социальных конвенций и властных асимметрий, структурирующих эти отношения. Представители данного подхода, отказываясь от интерпретации общения мужчин и женщин с позиций доминирования, ограничивают понимание доминирования исключительно намерениями самого индивида, без учета социальной структуры, которая может побуждать мужчин (женщин) говорить и действовать определенным образом, независимо от их интенций. На эту возможность указывает, в частности, Аки Учида [Uchida 1998].

О том, что только намерений недостаточно для объяснения гендерно обусловленных моделей поведения, свидетельствуют исследования психологов по имплицитной гендерной стереотипизации. Способность сознательно отмежеваться от взглядов, считающихся несправедливыми, создает впечатление, что соответствующие стереотипы не играют роли в

формировании личных предпочтений, что не всегда так. Эксперименты Б. Носека, М. Банажи и А. Гринвальда, показали что более сильный имплицитный стереотип *math = man* («математика = мужчина») соответствует более выраженному негативному имплицитному и эксплицитному отношению к математике у женщин и более позитивному – у мужчин. Хотя большинство участников эксперимента эксплицитно декларировали неприятие соответствующего стереотипа, ассоциирование себя с женщиной, а математики с мужчиной затрудняло для женщин (даже тех, кто выбрал данный предмет в качестве основной специальности) ассоциировать математику с собой. Результаты подобных экспериментов свидетельствуют о наличии ограничений, накладываемых на личные предпочтения принадлежностью к социальной группе и групповой идентичностью [Nosek, Banaji, Greenwald 2002].

Кроме того, теория «двух культур» не учитывает, что постулируемое равенство мужского и женского языков может считаться таковым лишь с позиций социолингвистического рассмотрения (ценности для науки), но не социального престижа. Не случайно, многочисленные руководства по эффективной коммуникации, появившиеся в США и других странах после выхода книги Д. Таннен «Ты меня не понимаешь: Общение между мужчинами и женщинами» [Tannen 1990], в основном адресованы женщинам. Мужчинам не предлагалось менять свой стиль общения, задача адаптации и предотвращения «сбоев» в коммуникации возлагалась на женщин.

Между тем в неевропейских культурах мужской и женский стили речи могут существенно отличаться от европейских стереотипов. На Мадагаскаре, например, стиль женщин считается бесцеремонным, несдержанным, слишком прямым, являющимся постоянным источником конфликта, а улаживание конфликта входит в компетенцию мужчин, которых обучают уклончивому (непрямому), сдержанному, поддерживающему гармонию стилю общения [Ochs 1974]. Таким образом, мужской/женский язык оказывается по сути категорией, не заданной изначально, а имеет выраженный характер

конструкта. В одном случае разговорчивость или вербальная агрессия, молчаливость или завуалированность оцениваются высоко, в другом — низко; в одном случае приписываются женщинам, в другом — мужчинам. Примечательно только, что положительная оценка стиля, его престижность всегда коррелируют с мужским полом [Барон 2005].

Общим недостатком названных парадигм является поляризация гендерных различий, которая приводит, во-первых, к исключению из поля зрения исследователей черт сходства (подобия) мужского и женского речевого поведения, детерминированных ситуацией или контекстом, и, во-вторых, способствует концептуализации гендерной идентичности как неизменной и статичной. Когда мужчин и женщин противопоставляют по принципам власти, амбиций, покорности, вежливости, сдержанности, интеллекта/способностей и т.д., роль этих атрибутов в конструировании внутригрупповых различий становится незаметной.

Представляется, что противопоставление мужчин и женщин как различных по внутренней сути следует рассматривать в контексте более широкой традиции, корни которой уходят в структуралистский подход к языку (концептуализацию его как сети противопоставленных форм, значимость которых определяется исключительно их внутрисистемными различиями), и связано с эссенциалистским пониманием гендера как набора качеств внутренне (по природе) присущих мужчинам и женщинам. Подобные представления в немалой степени способствовали тому, что в ходе исследований к социальным стереотипам о гендере добавлялись стереотипы научные.

2.2. Стереотипы в исследованиях языка и гендера

Некоторые стереотипы оказываются непреодолимыми для лингвистов, занимающихся выявлением гендерных различий, главным образом потому, что весьма удобны для готовых гендерных объяснений. Иногда обращение к стереотипам связано с тем, что исследователь признает их сексистскими и стремится развенчать. В результате появляются темы, к которым ученые

обращаются снова и снова – часто с неубедительными, а иногда и отрицательными результатами. И даже если в самом исследовании даются весьма сдержанные выводы, комбинация всего объема посвященных этому вопросу работ, перекрестные ссылки и всеобщее убеждение, что результат должен быть положительным, создает впечатление доказанности. Таким образом, стереотипы принимаются за научные истины, становясь частью фоновых знаний о языке и гендере. Ш. Варейн назвала этот феномен «залом зеркал» [Wareign 1996].

В конце 1970-х гг. Р. Маколи обнаружил этот эффект, анализируя литературу по гендерным различиям в языковых способностях [Macauley 1978]. Считается общепризнанным и научно доказанным, что девочки опережают мальчиков в языковом развитии: у них быстрее формируются и лучше развиваются речевые способности. Однако, анализируя литературу по данному вопросу, Маколи обнаружил, что результаты исследований, на которых основывается данное мнение, совсем не так убедительны. Во-первых, сами методы измерения языковых способностей во многих случаях оказались неудовлетворительными. Например, индикаторы «чаще вступает в разговор с другими детьми», «делает уместные комментарии при просмотре фильма», «обращается за помощью и оценкой к матери», «меньше экает» могут характеризовать коммуникативный стиль, но вряд ли подходят для оценки языковых способностей. Во-вторых, для убедительного вывода о превосходстве в речевом развитии необходима соответствующая статистика, чего как раз и не удалось обнаружить. В большинстве работ гендерных различий не было выявлено вообще, в некоторых фиксировалось женское, а в несколько меньшем числе работ – мужское превосходство. В ряде случаев различия оказались статистически незначимыми. Единственным убедительно обоснованным выводом было то, что у мальчиков чаще фиксируются языковые расстройства, типа заикания. Однако данное явление не отражает уровень врожденной речевой способности. С другой стороны, Р. Маколи выявил гораздо более последовательную зависимость языкового развития от

социально-экономического класса, к которому принадлежал ребенок [Macauley 1977]. Несмотря на это, версия гендерной детерминированности речевых способностей возобладала. Вероятно потому, что исследователи и общество были убеждены в существовании гендерных различий, анализ эмпирических результатов оказался предвзятым.

Амплификация статистически незначительных результатов – не единственное методологическое заблуждение, приводящее к сомнительным выводам в изучении языка и гендера. Возьмем, например, тезис о том, что мужчины прерывают собеседника чаще, чем женщины. На основе детального обзора работ по этой теме (1965 – 1991 гг.) Дебора Джеймс и Сандра Кларк сделали вывод об отсутствии убедительных доказательств гендерных различий в частоте прерываний собеседника. По их данным, в 13 исследованиях собеседника чаще прерывали мужчины, чем женщины, в 34 экспериментах существенных расхождений выявлено не было, а в 8 случаях собеседника чаще прерывали женщины. Дифференциация данных исследований на диалоги и коллективные беседы, коммуникацию в однополых и разнополых группах позволяет выявить более тонкие нюансы, но не дает оснований для глобальных обобщений [James, Clark 1993].

Гипотеза, что мужчины прерывают чаще, получила столь широкое распространение поскольку, как казалось, данный вывод закономерно вытекал из того, что мужчины обладают большей властью в обществе. Он также совпадал со стереотипным представлением о женщинах как миролюбивых и мягких, а о мужчинах как агрессивных и напористых.

Подобные представления не всегда вытекают из анализа языка и других аспектов социальной практики, но зачастую служат отправным пунктом для анализа и/или интерпретации. При этом гипотезы, выдвигаемые исследователями, как правило, строятся на оппозиции: является ли речь женщин более вежливой, чем речь мужчин? кто более эмоционален? и т.п. Поставленные таким образом вопросы претендуют на глобальные обобщения, поэтому различия, которые ищут и находят исследователи в конкретных

контекстах, обобщаются и выносятся за пределы ситуации, в которой они были получены и из частных превращаются в глобальные. Между тем, как справедливо подчеркивают П. Эkert и С. МакКоннел-Джине, «отрыв языка и гендера от социальных практик, создающих их конкретные формы в данном сообществе, часто затемняет, а иногда искажает то, как связаны гендер и язык и как эти связи переплетены с отношениями власти, социальным конфликтом, производством и воспроизводством социальных ценностей и т.п.» [Eckert, McConnel-Ginet 1992(a): 93].

Например, одно из ключевых положений теории «двух культур» гласит, что для мужчин характерен соревновательный (*competitive*), а для женщин – кооперативный (*cooperative*) стили общения [Таннен 1990; Edelsky, Adams 1990; Johnstone, Ferrara, Beans 1992]. Соревновательность предполагает видение мира иерархично организованным и повышенное внимание к своему статусу в этой иерархии. Однако иерархическое поведение в определенной ситуации нельзя отождествлять с иерархичностью в общем, глобальном смысле. Если в серии коммуникативных экспериментов по обсуждению заданной темы в одно- и разнополых студенческих группах женщины продемонстрировали тенденцию к сотрудничеству, а мужчины к соревновательности (одни выступали больше, другие молчали) [Aries 1976], это означает лишь, что для многих североамериканских студентов характерно создавать иерархии при кратковременном коммуникативном взаимодействии (которое было искусственно сконструировано и за которым наблюдал экспериментатор). Результат подобных экспериментов не может считаться свидетельством того, что мужчины в целом более иерархичны.

Исследования показывают, что женщинам в определенных ситуациях также присущи иерархичность и состязательность. М. Х. Гудвин, изучая игровое вербальное поведение детей, установила, что мальчики, работая над совместной задачей (изготовлением рогаток), демонстрировали иерархичное, а девочки (делая кольца из горлышек бутылок) – эгалитарное поведение [Goodwin 1980]. Однако она также отметила, что в других ситуациях мальчики

подолгу играли как равные, а девочки – с помощью речевых практик «он-сказал-она-сказала» – выстраивали сложные системы исключения, предполагавшие не просто иерархию в группе, но и полное отсечение неугодных [Goodwin 1982].

Отметим, что сами понятия соревновательности, индивидуализма и сотрудничества в общении не однозначны. Например, Дж. Чешир, анализируя речевые практики пересказа на уроках чтения в однополых группах британских школьников, пришла к заключению, что нарративы мальчиков в целом структурированы более кооперативно: они чаще запрашивали и получали ответы от других участников группы. Девочки же подолгу говорили, не прерывая друг друга, и в результате их стиль был более индивидуалистичен. Таким образом, проявления иерархичности и кооперативности ситуативно обусловлены и должны анализироваться в конкретном контексте.

При этом важно иметь в виду, что коммуникативное поведение не является исключительно следствием внутренней предрасположенности индивида, а определяется социальными конвенциями. Мужчины могут вести себя более иерархично и напористо, потому что общество поощряет подобное поведение у мужчин и осуждает у женщин [Lakoff 1975; Edelsky and Adams 1990; Romaine 1999]. Однако вопрос, *кто более иерархичен* (или кооперативен), упрощает и искажает ситуацию. Корректнее и перспективнее с научной точки зрения вопрос, *каким образом разные индивиды создают и участвуют в социальных иерархиях, и какова роль гендера в этом процессе.*

Еще один пример касается интерпретации экспериментальных данных о том, что женщины чаще делают и получают комплименты и что комплименты, адресованные женщинам, чаще касаются внешности, а мужчинам – достижений и поступков [Holmes 1989; 1995; Двинянинова, Морозова 2002; Гришаева 2001]. Обычно они трактуются как подтверждение (а) стремления женщин к близости и созданию дружеских связей и (б) активности мужчин, совершающих действия, и пассивности женщин, являющихся объектом

оценки. Эта интерпретация снова уводит нас в «зал зеркал», где воспроизводятся научные стереотипы о гендере. Между тем социальные и культурные нормы четко определяют, что, как, кому и когда можно говорить. Показательно в этой связи наблюдение В. Жельвиса, касающееся реакции респондентов на пол экспериментатора. Когда американским информантам предлагалось реагировать на двусмысленные слова, которые можно было понимать как непристойные или нейтральные, то при экспериментаторе-женщине непристойный смысл отмечался мужчинами реже, чем при экспериментаторе-мужчине [Жельвис 2001].

Мужчины могут делать комплименты женщинам по поводу внешности, поскольку уверены, что женщины больше их ценят и ждут. Впрочем, сам вопрос «почему» побуждает к стереотипным ответам. Более перспективен с точки зрения современного подхода вопрос, *как комплименты структурируют нормативные ожидания* о важности внешности для женщин и действия/достижений для мужчин и – шире – какова роль языка, как одного из важнейших ресурсов конструирования мужественности и женственности.

Такой подход основан на постструктуралистском понимании языка как – сферы культурного (вос)производства социальной идентичности и отношений. Различие между мужчинами женщинами как социальными субъектами в рамках данного подхода объясняется тем, что язык позиционирует их различным образом. С этой точки зрения, субъективность (понимание себя) есть нечто сконструированное, а не данное свыше, а идентичность индивида не статична, а постоянно создается в дискурсивных практиках по мере того, как он/она занимает определенные позиции в социальной структуре.

2.3. Принципы современного подхода к изучению языка и гендера.

Понятия конструирования и практики

Уход от глобальных обобщений и стереотипных трактовок мужского и женского языка П. Экерт и С. МакКоннел-Джине охарактеризовали тезисом «думать практически, наблюдать локально» (*thinking practically, looking locally*). В одноименной статье они аргументируют необходимость изучать

«взаимодействие языка и гендера в каждодневных социальных практиках конкретных местных сообществ (*communities of practice*)» тем, что (1) гендер не всегда легко отделить от других аспектов социальной идентичности и отношений; (2) гендер не всегда имеет одинаковые значения в различных сообществах/культурах; (3) лингвистические манифестации гендера в различных сообществах могут варьировать [Eckert, McConnell-Ginet 1992(b); см. также Кирилина 1999; 2002; Томская 2001; Фатыхова 2002 и др.]. Понимая гендер как «основанный на половой принадлежности способ переживания иных социальных статусов – таких как класс, этничность, возраст, а также менее очевидных социальных качеств – амбициозность, атлетизм, музыкальность» [Eckert, McConnell-Джине 1992b: 93], они подчеркивают, что анализировать гендер в отрыве от других аспектов социальной идентичности – значит, «рисовать, закрыв один глаз» [с. 94], с чем трудно не согласиться. Проведенное нами кросс-культурное исследование причин/мотивов, по которым женщины, выходя замуж, меняют или сохраняют фамилию, в рамках которого было проанализировано более 200 опросных листов с комментариями и проведено свыше 23 квази-этнографических интервью с респондентками из России, США, Пакистана, Аргентины, Мексики и Ганы, показало, что, выбирая имя, они всегда действовали не только как женщины, но как матери или будущие матери, послушные дочери, успешные профессионалы, представители определенных этнических групп или религиозных конфессий, а также других социальных категорий [Gritsenko, Boxer 2005].

Гендер – это часть комплексного участия индивида в жизни конкретного социума и должен изучаться в различных своих проявлениях и в неразрывной связи с другими аспектами социального опыта. Это подчеркивает и Д. Камерон, призывая исследовать язык и гендер *конкретно* (изучать конкретных мужчин и женщин в конкретных контекстах) и *комплексно* (учитывать взаимодействие гендерного параметра с другими типами идентичности и социальных отношений) [Cameron 1998].

Ключевыми понятиями в данной модели анализа являются конструирование и практика.

В основе понятия *языкового конструирования гендера* лежит идея о том, что высказывания – это не просто слова или речевые акты, а «кирпичики», из которых складываются социальные отношения, образы «себя» и «других», различные аспекты личности, воссоздаваемые и проживаемые в каждом коммуникативном взаимодействии. Данное понимание сформировалось в рамках интеракциональной модели коммуникации, где языковое общение понимается как обмен социальными действиями и взаимное (вос)производство intersубъективности [Goffman 1983; Turner 1988]. Иллюстрацией интерактивного взаимодействия, конструирующего гендерные позиции и отношения, может служить эпизод «дуэли» В. Ампилова и И. Хакамады в ток-шоу «К барьеру» (НТВ, 21.10.04), в котором Ампилов, говоря, что восточный разрез глаз собеседницы ему «очень даже нравится», позиционирует Хакамаду как женщину, а себя как мужчину. Такое позиционирование санкционировано культурными конвенциями, согласно которым (1) в женщине ценится красота, а (2) ценителем женской красоты является мужчина. Ответной шуточной репликой («А вы не заигрывайте!») Хакамада принимает и (вос)производит эти позиции. Теоретически возможный в данной ситуации иной ответ (указывающий на недопустимость/неуместность подобной реплики в политической дискуссии) был бы отказом от гендерного позиционирования и конструировал иные субъектные позиции и отношения.

Исследователи разграничивают «конструктивизм», как теоретическое основание современного интерпретативного интеракционизма, и «социальный конструкционизм» (*constructivism vs social constructionism*) на том основании, что «конструктивисты преимущественно рассматривают коммуникацию как *когнитивный* процесс познания мира, а социальные конструкционисты – как *социальный* процесс (*по*)строения мира [Макаров 2003: 65]. Иначе говоря, конструктивизм акцентирует интерпретативную деятельность человека, усваивающего принадлежащий данному социуму «универсум общих смыслов»

и на «первое место выводит *восприятие, перцептивность*, а социальный конструкционизм – *действие, акциональность*» [там же].

Учитывая, что каждый индивид действует исходя из обусловленных контекстом интерпретаций, думается, что при анализе языкового конструирования гендера, целесообразно не разделение, а синтез данных подходов. Оба они исходят из того, что социальная реальность и различные проекции личности, т.е. идентичность человека, не отражаются, а конструируются средствами языка, то есть стоят на анти-эссенциалистских позициях в отличие, например, от теории гендерной социализации, разработанной в рамках поло-ролевого подхода Т. Парсонса, Р. Бейлса и М. Комаровски, исходным основанием которого является имплицитное признание биологического детерминизма ролей [Parsons, Bales 1955; Komarovsky 1950].

С позиций социального конструирования, гендер – это повседневный мир взаимодействия мужского и женского, воплощенный в практиках, представлениях, предпочтениях бытования; это «системная характеристика социологического порядка», от которой невозможно избавиться/отказаться: она постоянно воспроизводится и в структурах сознания, и в структурах действия и взаимодействия. Задача исследователя – выяснить, как создается мужское и женское в этом взаимодействии, каким образом оно поддерживается и воспроизводится в социальной практике [Здравомыслова, Темкина 2001: 150].

Под *практикой* обычно понимают ситуативные акты, получающие определенную интерпретацию на базе данного контекста. В культурологии и философии теоретические модели, релевантные для изучения языка и гендера в социальной практике, предложены П. Бурдье, Дж. Батлер и М де Серто.

Теория Пьера Бурдье объясняет динамику поддержания социального порядка. Бурдье признает роль индивида в конструировании знания, но более его интересует то, как *хабитус (habitus)* – социальные условия и опыт индивида – ограничивают (сдерживают) его гипотетически возможные действия и поступки (Bourdieu 1977, 1991). В плане изучения языка и гендера,

«хабитус» помогает представить речевое поведение индивида с учетом личных предрасположенностей и намерений, а не как деятельность, полностью детерминированную социальной структурой. Хабитус образует систему, основанную на личной истории индивида, в рамках которой его (ее) речь социально понятна, а также устанавливает связи между различными социальными параметрами (класс, этичность, род занятий, гендер). При таком взгляде на язык, арены деятельности индивида могут быть различными и накладываться друг на друга, так что каждая будет оказывать влияние на то, как индивид интерпретирует языковые формы, использует их. С этой точки зрения, вариативность внутри гендерной группы (о которой шла речь выше) не только не удивительна, но и неизбежна.

Мишель де Серто [de Certeau 1984] вводит в изучение каждодневных социальных практик понятие ситуативной власти, подчеркивая тем самым агентивность индивида. Если Бурдьё больше интересуется положением индивида в социальной среде, то де Серто разрабатывает идею о том, что индивиды и группы могут эксплуатировать культурные формы и репрезентации, используя их для достижения своих непосредственных конкретных целей. Он говорит о двух типах практик – стратегиях и тактиках – которые идут вразрез с общепринятым положением о том, что индивидуальное поведение определяется культурными нормами, накладываемыми на индивида социумом. Стратегии, по де Серто, ассоциируются с доминирующей элитой и поддерживаются институциональной властью. Тактики он называет «искусством слабых», относя к ним микроуровневые действия индивидов, не обладающих властью в данном контексте, а именно, разнообразные мелкие, гибкие, оппортунистические или конъюнктурные действия, не санкционированные конвенциями. Благодаря им индивид получает временную власть, манипулируя средствами/ресурсами различных сфер (в том числе речевой) для достижения своих целей. Де Серто возражает против недооценки рациональных и сознательных намерений говорящих и критикует социальные теории, рассматривающие тактики или индивидуальные действия как слишком

разнообразные и бессистемные для теоретического изучения. Влияние концепции де Серто на исследования языка и гендера связано с переходом от интерпретации используемых индивидами/группами языковых форм в соответствии с конвенциональными (присвоенными системой) значениями к рассмотрению значений, которые дают языковым формам сами индивиды и как они их далее используют.

В философской концепции Джудит Батлер, созданной, в частности, под влиянием теории речевых актов Дж. Остина, акцентируется продуктивная природа индивидуальных речевых действий [Butler 1990]. По Батлер, гендер является перформативным образованием, продуктом перформативных действий индивидов, и вне их не имеет онтологического статуса. Другими словами, гендер есть то, что индивид делает/представляет (*performs*), а не то, что он(а) имеет.

Традиционно социолингвистика исходила из положения, что именно гендер является причиной того, что мужчины и женщины по-разному используют язык (я говорю таким образом, *потому что* я женщина/мужчина). Перформативный подход предполагает, что мужчины и женщины используют язык так, а не иначе *для того, чтобы* быть (и восприниматься) представителями определенного пола. Исследователи, придерживающиеся данного подхода, указывают, что индивиды конструируют гендер (*do gender*) по-разному в разных контекстах. При этом, по Батлер, агентивность субъекта ограничивается невозможностью создать нечто абсолютно новое, поскольку единственно возможным способом производства культурно узнаваемых значений являются цитация и повторение. Агентивность субъекта, таким образом, реализуется через возможность речевого варьирования цитат и реитераций.

Перформативность некоторые лингвисты связывают с понятием стиля, имея в виду, что гендерные речевые стили (*gendered speech styles*) не являются унифицированными, детерминистическими и однородными наборами лингвистических маркеров, а представляют собой эксплуатацию языковых

ресурсов для передачи определенных установок в конкретных ситуациях [Eckert, McConnel-Джине 2003: 315 – 318]. При этом вводится понятие стилистической практики и констатируется, что «каждое действие – это, по определению, стилистическое действие, и наше непрекращающееся построение себя есть непрекращающийся стилистический поиск» [с. 308].

Положение о том, что язык и гендер прочно «встроены» в социальную практику и выводят свои значения из деятельности, в которой фигурируют, означает, что индивиды не просто делают (языковой) выбор для достижения некоторой цели, но действуют в рамках определенных ограничений (институциональных или идеологических), которые накладываются на их действия (но не детерминируют их).

С введением практики как основы взаимодействия языка и гендера изменились вопросы, которые задают себе исследователи. Вместо вопроса «как говорят мужчины и женщины?» сегодня спрашивают, какие виды языковых ресурсов они используют (или могут использовать), чтобы представить себя тем или иным типом мужчин и женщин. Вместо вопроса «как говорят о мужчинах и женщинах?», спрашивают, какие типы лингвистических практик выражают и поддерживают определенные гендерные идеологии и нормы.

Поскольку работы зарубежных лингвистов, иллюстрирующие практическое применение изложенных выше теоретических положений, практически не переведены на русский язык и малоизвестны широкой массе отечественных ученых, представляется целесообразным более подробно остановиться на некоторых из них, с тем чтобы дать общее представление о характере проблематики, методологии и широте охвата материала.

2.4. Исследования языкового конструирования гендера в различных социальных контекстах

Современные исследования исходят из признания множественности, контекстуальности, идеологичности и историчности процессов языкового

конструирования гендера и характеризуются разнообразием тем и исследовательских приемов.

2.4.1. Теоретические и методологические подходы

Анализ теоретических и методологических основ современных исследований языка и гендера позволяет условно разделить их на две группы. С одной стороны, выделяются работы, в которых анализируются отношения между гендером индивида и конкретными чертами его/ее языка. В фокусе исследовательского внимания находятся характеристики речи и письма, коррелирующие с членством в определенной гендерной группе/категории¹¹. Данный подход предполагает, что большинство людей интуитивно согласны с тем, что означают гендерные категории и разделяют общее представление о гендере. Он принят в большинстве работ вариационистской парадигмы, где выбор тех или иных языковых форм, моделей, прагматических частиц, стратегий поведения и пр. соотносится с социальной ролью мужчины/женщины [Holmes 1995; James 1996; Gordon 1994; Coates 1998: 2004; Herring 2005; Горошко 1996; Табурова 2000, Городникова 2001, Иссерс 2001, Анищенко 2003; Баженова 2003 и др.]. С когнитивной точки зрения, данные исследователи исходят из предпосылки, что «гендерная идентичность складывается как относительно стабильная *предискурсивная* (выделено мной. – Е.Г.) черта, которая свойственна всем индивидам и может быть более или менее заметной, в зависимости от релевантности в конкретном контексте» [Weatheral, Gallois 2005: 488]. В рамках данного подхода гендерно специфичное использование языка является частью социальной (гендерной) роли.

С другой стороны, выделяются исследования, базирующиеся на более строгом конструктивистском подходе. Их авторы, как правило, подвергают сомнению понятие гендера как априорной социальной категории и трактуют социальную идентичность и гендерную идентичность как социальные

¹¹ Речь не идет лишь о дихотомии мужчина – женщина, но обо всем многообразии потенциально возможных (вычленимых) социальных групп, где гендер является релевантным параметром.

конструкты, а не «заранее заданные» социальные параметры классификации людей. Гендер в такой трактовке является продуктом социальной интеракции (возникает в коммуникации). В фокусе исследования находится то, как индивиды *создают* гендерную идентичность во взаимодействии с другими людьми. Иначе говоря, акцент ставится на динамических аспектах интеракции, где язык является важнейшим творческим ресурсом, а лингвистический выбор может подчеркивать те или иные аспекты социальной (гендерной) идентичности в конкретной ситуации – как реакция на аудиторию и/или ситуацию. Данный подход позволяет изучать вербальные стратегии не только способствующие, но и препятствующие воспроизводству гендерных стереотипов, и создает методологическую основу для изучения речевых сообществ, культур и особенностей вербального поведения, которые, не вписываясь в традиционные гендерные дихотомии и бросают вызов доминирующим гендерным идеологиям [Hall 1995; Livia 2003].

Формально различия между названными методологическими принципами основано на разном понимании отношений между гендером и языком. В рамках первого подхода язык (гендерно специфичное вербальное поведение) является частью социальной (гендерной) роли, т.е. гендерная идентичность/гендер как социальная категория предшествует ее языковому выражению. В рамках второго подхода гендер трактуется как продукт дискурса, т.е. признается, что язык не индексирует (не сигнализирует) гендерную идентичность, а создает (конструирует) ее.

Причина этих методологических расхождений, на наш взгляд, связана с различным пониманием отношений между полом и гендером. Признавая полезность разграничения данных понятий, исследователи по-разному трактуют соотношение между ними. Антрополог Николь Клод Матье, проанализировав существующие подходы, выделила три парадигмы в концептуализации данных категорий [Mathieu 1996]. Речь идет об имплицитных допущениях, которые являются основой для изучения и интерпретации данных.

В рамках первого подхода (парадигма соответствия – *homology*) гендер трактуется как социально опосредованное выражение биологического пола. Индивиды «усваивают» мужской или женский тип поведения в зависимости от того, к какой биологической категории они были отнесены по рождению. Этот подход не означает, что все аспекты поведения напрямую обусловлены биологией, но предполагает, что пол является фундаментом, на котором строится гендерная специфика поведения (например, бóльшая агрессивность мальчиков по сравнению с девочками может быть усвоена в процессе социализации, однако она отражает биологическую предрасположенность мужчин к проявлениям агрессивности).

Во втором подходе (парадигма аналогии – *analogy*) гендер символизирует пол. Гендерная идентичность в рамках данного подхода базируется на коллективном опыте существования в качестве члена социальной группы «мужчина» или «женщина», т.е. принятии определенных гендерных ролей, чтобы соответствовать культурным ожиданиям. Эти роли и ожидания могут варьировать в различных сообществах (культурах), хотя биология мужчин и женщин сама по себе не обнаруживает таких различий. Таким образом, акцентируется символическая природа гендера и отрицается прямая и непосредственная связь между рассматриваемыми категориями, в рамках которой гендер является социальным уточнением биологических характеристик.

Третий подход (парадигма неоднородности – *heterogeneity*) предполагает, что пол и гендер – это разнородные явления. Мысль о том, что пол является в каком-то смысле основой гендера, в рамках данного подхода признается идеологической фикцией. По мнению его сторонников, неправомерно считать, что мир «естественным образом» поделен на две группы, мужчин и женщин. Это деление произведено исторически, чтобы узаконить социальную гендерную иерархию. В данной парадигме гендер конструирует пол, а не наоборот. При этом речь не идет об отрицании полового диморфизма, а лишь о том, что биологические различия приобретают

значимость, когда по социальным, экономическим и политическим причинам они становятся основой для классификации людей и их включения в определенные иерархии (по аналогии с классовыми или расовыми различиями).

Очевидно, что исследователи, понимающие гендерно специфичный язык как часть социальной роли, стоят на позициях парадигмы аналогии. Сюда, помимо упомянутых выше работ, можно отнести труды Р. Лакофф, Д. Таннен и других представителей парадигм доминирования и различия в гендерной лингвистике. Значительная часть отечественных исследователей языка и гендера также исходят из того, что гендерная идентичность базируется на коллективном опыте существования в качестве члена социальной группы «мужчина» или «женщина», т.е. принятии определенных гендерных ролей, чтобы соответствовать культурным ожиданиям.

Наиболее ярким представителем парадигмы неоднородности является Дж. Батлер, стоящая на позициях социальной конструируемости полов и перформативности гендера как «повторяемой стилизации тела (*repeated stylization of the body*)» [Butler 1990: 33]. Хотя сама Батлер не рассматривала роль языка в этом процессе, ее концепция была активно востребована лингвистами, которых не удовлетворяло понимание индивида как некоего автомата, запрограммированного в процессе социализации лишь на (вос)производство гендерно уместных моделей языкового поведения. В работах этих исследователей подчеркивается, что даже традиционно понимаемые мужественность и женственность могут (и должны) иметь различные языковые манифестации [см. Kiesling 1997 и др.].

С другой стороны, критики Батлер указывают, что акцентирование активной роли субъекта гендерных перформаций приводит к недооценке влияния гендерной идеологии и отношений/институтов власти. Х. Коттхоф и Р. Водак, например, подчеркивают, что очевидное убеждение представителей современных квир-теорий, что манипулятивное использование гендерной языковой символики – это революционный акт, способный ниспровергнуть

существующий гендерный порядок, является «тривиальным и тривиализующим» [Wodak 1997: 30]. Более того, трансгрессивное речевое поведение в форме копирования стереотипных языковых манифестаций мужественности/женственности трансвеститами, работниками служб сексуальных услуг по телефону и т.п. мало что меняют в гендерном социальном порядке, лишь укрепляя в сознании членов общества языковые гендерные стереотипы в их наиболее радикальной дихотомической форме.

Перформативность, по Батлер, фокусируется на индивиду (агенте гендерных перформаций), поэтому исследователи, обращающиеся к вопросам конструирования гендера и власти в лингвистической интеракции, предпочитают подход, в котором социальные идентичности и отношения подчинения рассматриваются как продукты «совместного производства». Это особенно важно, если объектом исследования является язык, т.е. вид перформаций, по определению intersубъективных. По этой причине постмодернистская концепция Батлер оказалась менее привлекательной для ряда лингвистов, чем этнометодологическая традиции и теория символического интеракционизма, которые также могут быть отнесены к парадигме неоднородности.

Радикальную позицию Дж. Батлер по вопросам пола (тезис о нецелесообразности деления людей на мужчин и женщин, поскольку в обществе есть индивиды, не вписывающиеся в данные категории¹²) многие исследователи считают «догматической», подчеркивая, что в обществе биологический пол продолжает оставаться мощным инструментом категоризации людей, поэтому задачей генерных исследований должна быть не критика бинарно организованных восприятий пола как ложных (нереальных), а «выявление воспроизводящих механизмов, сетей и институциональных предписаний/ограничений, которые обеспечивают

¹² Ср. «... as identity is assured through the stabilizing concepts of sex, gender and sexuality, the very notion of “the person” is called into question by the cultural emergence of those “incoherent” or “discontinuous” gendered beings who appear to be persons but fail to conform to the gendered norms of cultural intelligibility by which persons are defined» [Butler 1990: 17].

устойчивость, прочность данных конструкторов, воспринимаемых как вневременные, естественные и непоколебимые» [Hirschauer 1992: 333].

Таким образом, внутри социального конструктивизма как широкого концептуального подхода к лингвистическому изучению гендера, выделяются частные исследовательские направления с собственными методами и акцентами в трактовке отношений между языком, полом и гендером.

Одним из наиболее популярных в этом ряду являются этнографические и этнолингвистические исследования, построенные на постструктуралистских принципах, в форме детального анализа конкретных коммуникативных практик и/или ситуаций. Примером служат анализируемое ниже исследование маскулинности в работах Дж. Пуджолара [Pujolar 1997; 2001] и конструирование гендерных ролей в беседах за обеденным столом в статье Э. Охс и К.Тейлор [Ochs, Taylor 1995].

Широко представлены в современной гендерной лингвистике исследования различных форм дискурса с использованием качественных методов, в том числе фреймового подхода к анализу устной и письменной коммуникации. [Tannen 1994; Coates 1996; Kendal, Tannen 1997; De Fransisco 1997; Ehrlich 2005; см. также Буренина 2003; Варданян 2003; Городникова 2003 2003 и др.] Для рассмотрения в данной главе выбраны две работы, рассматривающие с различных точек зрения дискурсивное конструирование гендера в печатных СМИ [Eggins, Iedema 1997; Кирилина 2001].

В рамках дискурсивного направления особое место занимает критический дискурс-анализ, цель которого – выявление связей между языком, гендером и властью. Предметом рассмотрения здесь могут быть гендерно релевантные макроуровневые дискурсивные стратегии, конкретные риторические формулы, грамматические модели, синтаксическая и семантическая организация текстов, транслирующих гендерные смыслы и т.п. Данный подход иллюстрирует работа М. Киэр, посвященная дискурсивному конструированию материнства [Kiær 1994].

Важно подчеркнуть, что многие современные исследователи языка и гендера плодотворно комбинируют различные подходы и методы для решения поставленных задач. Работа В. де Клерк, например, демонстрирует продуктивность совмещения этнографического описания с элементами вариационистской парадигмы [de Clerk 1997]. С. Кислинг, исследуя конструирование маскулинности и власть, использует этнографический подход и элементы классического конверсационного анализа [Kiesling 1997]. Работа Ш. Окамото показывает, что в рамках конструктивистского подхода есть место для количественных данных – как фона, полезного для понимания социальной значимости выбора конкретных лингвистических форм в определенных коммуникативных контекстах [Okamoto 1995].

Разумеется, названные работы не покрывают всего разнообразия современных исследований языка и гендера. Они, как и анализируемые ниже труды отечественных лингвистов, были выбраны для более подробного рассмотрения, поскольку (1) представляют наиболее распространенные и влиятельные исследовательские направления и методы; (2) убедительно подтверждают идею конструируемости гендера и эксплицируют разнообразные языковые механизмы такого конструирования; (3) отражают наиболее значимые аспекты лингвистической гендерной проблематики (гендер и идентичность, гендер и власть, гендер и статус и пр.); (4) анализируют взаимодействие языка и гендера в устных и письменных интеракциях на материале различных языков, что позволяет выявить как изоморфизм, так и специфику конструирования гендера в различных культурах и социальных контекстах. Детализация некоторых фрагментов описания представляется оправданной и связана со стремлением продемонстрировать многообразие лингвистических средств конструирования гендера и способов его анализа.

2.4.2. Гендерный дискурс в печатных СМИ

Анализу репрезентаций гендера в средствах массовой информации всегда уделялось значительное внимание. Если на первых этапах речь шла

главным образом о критике сексизма в СМИ и деконструкции андроцентричных асимметрий и стереотипов (о ком чаще пишут, чьи фото чаще публикуют, как называют/представляют мужчин и женщин), то с осознанием гендера как социального конструкта наблюдается переход от понимания средств массовой информации как отражающих то, что происходит в социуме, к признанию текста семиотическим продуктом социальных институтов с собственными приоритетами, интересами и исходными посылками, которые вместе способствуют появлению продукта, предлагающего конкретный дискурс мужественности или женственности.

В данном подразделе мы остановимся на двух работах: исследовании австралийских лингвистов С. Эггинс и Р. Иедемы, где рассматриваются вопросы семиотического конструирования женственности в синхронии [Eggins, Idema 1997], и статье А.В. Кирилиной, в которой репрезентации мужественности и женственности в советском и постсоветском дискурсах анализируются в диахроническом аспекте, как изменчивые параметры переменной интенсивности, поддающиеся социальному манипулированию и регулированию [Кирилина 2000(а)].

Конструирование женственности в конкурирующих женских журналах.

В статье Эггинс и Иедемы с использованием приемов социально-семиотического анализа исследуются различия между двумя австралийскими женскими журналами: «Новая женщина» (далее – NW) и «ОНА» (далее – SHE). Методологически исследование строится на социально семиотической теории М.А.К. Халлидея [Halliday 1978], согласно которой семиозис (процесс создания значений) не просто конструирует предметно-изобразительную реальность (содержательная функция языка или функция представления идей - *ideational function*), но и определяет социальные отношения (межличностная функция – *interpersonal function*). При этом посредством текстуальной функции (*textual function*) оба типа значений складываются в единый, логически связный и потому «узнаваемый» текст. Эти три метафункции, по Халлидею, внутренне присущи языку и связаны с социальным контекстом

дискурсивных событий: пласт социального контекста реализуется определенным пластом языка (дискурса). Отсюда следует, что конструируемые журналами значения (семиотическая реальность), не произвольно (случайно) соотносятся с контекстами, в которых они производятся и потребляются, но в большей или меньшей степени соответствуют тому, как позиционируют себя конкретные читательские аудитории. Используя терминологию П. Бурдьё, можно говорить об определенной «степени соответствия» между значениями (семиотической реальностью), конструируемыми в журналах, хабитусом их авторов и хабитусом читательских аудиторий.

Женские журналы есть часть дискурсивного пространства, поддерживающего в социуме традиционные (патриархатные) представления о женственности; не случайно отмеченные исследователями элементы сходства анализируемых журналов определяются ключевыми элементами кодов женственности: (а) *ориентация на внешность* – оба журнала побуждают женщин к работе над своим телом и потреблению продуктов индустрии красоты (косметика, одежда и т.д.); (б) *десоциализация* – оба журнала стирают все параметры различия, кроме пола/гендера; другие же социальные переменные – социальный, экономический статус, образование, этничность практически не эксплицируются, размывая более широкий социальный контекст; (в) *персонализация* – оба журнала конструируют доверительные отношения с каждой читательницей, побуждая ее к осознанию себя «добровольным членом бесклассового сообщества красивых и успешных женщин»¹³ [Eggins, Iedema 1997: 168].

Вместе с тем, отмечаются существенные лингвистические различия между данными журналами по всем трем вышеотмеченным семантическим функциям (содержательная, межличностная, текстуальная) и во всех разделах (обложка,

¹³ Лингвистическая техника подобной «синтетической персонализации» детализируется Н. Фэрклоу на примере дискурсивного анализа современной британской прессы [Fairclough 1989] и М. Талбот — на материале журналов для девочек-подростков [Talbot 1995].

содержание, письма в редакцию, советы эксперта и пр.). Например, обложка NW, представляющая вопросы и темы данного номера, покрывает несколько различных сфер, подчеркивая, что жизнь современной женщины является разносторонней и разнообразной; тогда как обложка SHE довольно жестко фокусируется вокруг тем, связанных с романтическими или сексуальными отношениями. NW использует различные типы синтаксических конструкций (вопросы, условные придаточные, побудительные структуры), создавая эффект прямого контакта с читателем. Большинство заголовков SHE, представляют собой именные словосочетания или номинативные группы, т.е. статичные лингвистические структуры, которые представляют реальность скорее как «вещи», чем как «действия». С точки зрения текстуальной функции, контраст проявляется между стремлением к тому, что является новым (NW), и стремлением показать знакомое (SHE). При этом названия обоих журналов как бы поддерживают (предписывают) преобладающие вербальные формы и модели: NW коннотирует (наряду с «новым») активность, открытость, раскрепощение, перемены; а SHE артикулирует позицию наблюдателя, имплицитно стабильность и отстраненность.

Как в заголовках, так и в текстах статей язык NW более идиоматичен, чаще используются коллоквиализмы и интенсификаты, создавая атмосферу непринужденного разговора; используется и более престижный словарь, как апелляция к предполагаемому высокому образовательному уровню читателей. Визуальные образы на обложках подчеркивают непринужденность и практичность (NW) и классическое изящество (SHE).

Сравнение разделов «Содержание» выявило не только большее разнообразие тем в NW, но и преобладание «инструктивного» жанра, побуждающего к действию (*как это сделать*). SHE чаще предлагает объяснения случившегося, нежели подсказывает, побуждает к действию. Значимым в плане приоритетов является предпочтительное употребление настоящего времени в заголовках NW (как имплицитного смысла

«вперед», «изменения», «субъективность») и прошедшего – в SHE (традиционность, стабильность, объективность).

Отмечаются также жанровые различия читательских писем в редакцию, что справедливо рассматривается как проявление редакторского стиля (ведь даже если предположить, что письма действительно написаны читательницами, а не авторами журнала, редакция всегда имеет возможность соответствующего отбора писем для создания желаемого образа читателя). Жанр писем в NW определен как экспозиционный: структурно в нем представлены тезис, его аргументированное развитие (предоставление свидетельств в его пользу и против иной возможной точки зрения) и вывод (или повторение тезиса). При этом, как правило, письма не просто приводят данные в поддержку высказанной точки зрения, но побуждают читательниц присоединиться к ней. В SHE преобладающий жанр – иллюстративный: в письмах, как правило, описывается какое-то событие (связанное с эмоциональным переживанием, травмой) для подтверждения морального трюизма и/или выражения согласия с предшествующей статьей (и подтверждающий пример из собственной жизни).

В разделе гороскопов в концентрированной форме кодируется представление астролога (т.е. журнала) об интересах и потребностях читательниц и соответствующее позиционирование. NW акцентирует качества и атрибуты женщин, которые в целом конструируются как умные и понимающие, в частности, с помощью глаголов, обозначающих ментальные процессы и чувства. В SHE акцент ставится не на качествах, а на действиях читательниц: обычно в фокусе внимания находится их взаимодействие с мужчинами. При этом предсказания жестко привязаны к традиционным группам («если вы *одинокы*», «если вы *замужем*»), что выражает общую установку журнала на поддержание традиционных социальных категорий и ролей.

Фокус NW гораздо более индивидуалистичен, о чем свидетельствует и тот факт, что герои основных статей номера в NW – это, как правило, известные

личности, выступающие от первого лица и повествующие о каких-то личных проблемах или выступающие с личной оценкой событий. При этом общую направленность статей в NW исследователи характеризуют как трансгрессивную: их герои – женщины, проявляющие твердость (мужественность); отцы, в одиночку воспитывающие детей и т.п. В SHE основные статьи – это, как правило, повествование от третьего лица, интервью или описательные репортажи («вот так обстоят дела»).

Результаты своего исследования Эггинс и Иедема осмыслили через призму социо-семантической теории Б. Бернштейна (1971, 1975, 1990), который выделял два типа социо-семантической кодовой ориентации: ограниченный (*restricted*) и расширительный (*elaborated*). Расширительный (или усложненный) код дает возможность вербального расширения содержательных и межличностных отношений, поощряет (содержательное и личностное) разнообразие и позволяет определенную степень социальной рефлексии. Напротив, ограничивающий код не позволяет такого расширения, подчеркивая, что социальные позиции и статусы фиксированы и не могут быть предметом переговоров. Анализируемые женские журналы имеют разную кодовую ориентацию (NW – усложненный, SHE – ограниченный), отражая различные взгляды на приемлемые и принимаемые модели поведения и типы женственности.

SHE представляет стабильный и статичный мир, в котором женщин как членов единой группы предупреждают о негативных последствиях выхода за пределы четко очерченной нормы. В NW, несмотря на видимые дискурсивные сигналы к раскрепощению, речь не идет о полной эмансипации, но лишь о трансформации жестких стереотипов женственности в пределах установленных границ. Феминистское влияние ограничивается двумя моментами: признанием, что женщина должна работать, и репрезентацией женщин как более твердых и уверенных (в том числе в сексуальных отношениях), однако при этом ни в коей мере не оспаривается центральная роль мужчины в гендерном порядке. Другими словами, наряду с призывами

«меняйся», «раскрепощайся» посылаются и другие, скрытые («но делай это без реальной угрозы для *status quo*»), что предполагает постоянное «двойное прочтение» – неотъемлемый элемент усложненного кода по Бернстайну. Таким образом, речь не идет о натурализации альтернативной гендерной идеологии, а лишь о создании больших возможностей выбора для потребителей.

Работа Эггинс и Иедемы существенно расширяет представления о номенклатуре лингвистических средств создания символических гендерных смыслов: помимо лексических средств, грамматических форм и синтаксических конструкций, отмечается роль жанровых и композиционных особенностей текста в конструировании различных типов женственности.

Конструирование гендера и «социальный заказ». Если в австралийских женских журналах конструирование женственности определяется потребительским спросом, то в исследовании А.В. Кирилиной показано, как на конструирование гендера в исторической перспективе оказывает влияние социальный (политический) заказ. Анализировался материал двух хронологических срезов: 1) советская печать 1930-х гг. и 2) современная российская пресса 1997 – 1999 гг. [Кирилина 2000(а)].

Период 1920-х – 1930-х гг. характеризовался стремлением советского государства к устранению асимметрии за счет вовлечения женщин в трудовую деятельность, поэтому особенно в первое послереволюционное десятилетие в печатных СМИ заметна тенденция обращения к женской аудитории. Начинают выходить женские журналы («Работница», «Крестьянка»), более мелкие местные газеты («Женщина-инструктор Всеобуча»); предпочитают избыточные формы выражения фемининности: *женщина-работница*, *женщина-пролетарка*. С середины 1930х, когда в трудовой процесс было вовлечено все трудоспособное население, ситуация меняется. Общественный дискурс обнаруживает «несколько меньшее количество мовированных форм и обращений только к женщинам» [с. 49], а в СМИ отмечается тенденция акцентировать не пол передовиков производства, а их ударный труд.

Анализируя номера журнала «Советское фото» (1937 – 1939 гг.), А.В. Кирилина отмечает, что полоролевая дифференциация вербальными средствами в нем почти не выражена. Ни в одном из материалов не было обнаружено изображений женщин как слабых, болезненных и т.д.; почти не выделяется специальными лексическими и морфологическими средствами принадлежность к женскому полу, за исключением появления неологизма «хетагуровка»¹⁴ (1937г.). Отмечается также тенденция обозначения лиц по профессии во множественном числе существительными мужского рода, независимо от пола референта («редакционные работники», «представители творческой секции»), а также высокая частотность слов с собирательным значением («народ», «коллектив», «страна», «буржуазия», «люди» и т.д.) и обезличивания субъектов путем метонимических номинаций («зал», «собрание», «съезд»).

Сексуальность и телесность мужских и женских образов практически не акцентируются. Крайне редки снимки и статьи, посвященные личным отношениям; частная жизнь представлена почти исключительно сферой материнства. Эстетизация женской внешности не характерна. В подписях под снимками в большинстве случаев указывается профессия или почетные звания портретируемых; слова, обозначающие лиц по признаку пола встречаются крайне редко.

Анализ материалов журнала «Пионер» показал, в частности, «отсутствие дидактизации пола ребенка путем разделения трудовой деятельности» [с.55]. Субъектом текстов о героическом труде и подвигах (примером для подражания) может являться любое лицо независимо от пола. Нейтрализация гендерного фактора, по мнению А.В. Кирилиной, «способствовала подавлению представления о традиционных гендерных ролях» [с. 56]. В данный период никак не демонстрировалось представление о частной сфере жизни как области женской компетенции.

¹⁴ Так называли девушек, последовавших призыву В. Хетагуровой, принять участие в освоении Дальневосточного региона

В постсоветском дискурсе наблюдается обратный процесс. Отмечается, в частности, эротизация образа женщины и представление ее как сексуального объекта. Существенно изменилось в сторону андроцентризма содержание женских и мужских журналов, что подтверждают и исследования других авторов [Лу Мими 1998]. Наиболее активно освещается роль женщины как воспитательницы детей и хранительницы домашнего очага. Советы по самосовершенствованию обходят темы образования и труда, акцентируя внимание на отдыхе, развлечениях, способах повышения настроения, улучшения внешнего облика и фигуры [Письман 1997].

А.В. Кирилиной подробно анализируется функционирование гендерных стереотипов в текстах газеты «Комсомольская правда». Обращается внимание на то, при помощи каких языковых средств эксплицируются мужественность и женственность в газетных публикациях, с какими семантическими полями связана интерпретация этих образов, какие аспекты деятельности лица в его связи с полом отражаются в текстах, какие оценочные утверждения производятся о мужчинах и женщинах, в каких случаях гендерные аспекты становятся менее релевантными.

Анализ лексического окружения слов «мужчина» и «женщина» позволил каталогизировать прилагательные, наиболее часто выступающие в функции определения к данным существительным. У слова «женщина» наиболее значимы тематические группы «красота» и «сексуальность», а также суждения о возрасте, пресуппозицией которых является общеизвестность утверждаемого («самая грустная тема для любой женщины – возраст» и т.д.). Вместе с тем отмечается разнообразие атрибутивных характеристик черт характера, представляющих женщину, с одной стороны, как человека *настырного, распутного, вульгарного, эмоционально неустойчивого, слабого и беззащитного*, а с другой – как *талантливую, серьезную, умную, смелую, добрую, заботливую, боевую, самостоятельную и т.п.* [с. 67]. Глаголы и глагольные сочетания, входящие в лексическое окружение слов, обозначающих женщин, также делятся на несколько групп: 1) семейные

связи, действия, взаимоотношения (*уйти от мужа, вернуть внуков.*); 2) этическая оценка: поведение, мораль (*не опасаться за репутацию, сняться обнаженной.*); 3) эстетическая оценка: забота о внешности и сохранении молодости (*щегольнуть хорошей фигурой, стать неотразимой*); 4) собственная активность (*гонять на автомобиле, коня на скаку*).

В исследовании отмечена неоднородность лексического окружения слова «мужчина». В целом, по мнению А.В. Кирилиной, исследованный материал «не дает оснований говорить о четком мужском стереотипе». Мужчина часто соотносится с семьей, сексуальностью, заработками, а также с агрессией (*маньяк, убить жену, топить в ванной*), большой мобильностью и двигательной активностью. Интеллектуальная деятельность не акцентируется, в связи с чем обращается внимание на высокую сочетаемость прилагательного «умная» с лексемами, обозначающими женщин [с. 72]. По отношению к мужчинам слово «умный» не было зарегистрировано в данном материале. В большей степени вербализуется общественное признание (*известный, знаменитый*).

Осознавая, что результаты проведенного исследования в значительной мере определяются перспективой печатного издания, автор не делает однозначных выводов о том, в какой степени рассмотренный материал свидетельствует о типичности и/или стереотипичности данных конструктов мужественности и женственности для массового сознания. Однако коммерческая успешность «Комсомольской правды» может, по ее мнению, рассматриваться как свидетельство интереса к рассматриваемым темам и готовности воспринимать мужские и женские образы именно в такой интерпретации. Примечательно, что подобное конструирование мужских и женских образов (особенно в части сексуализации и скандальности) вызывает активный протест со стороны определенной части читательской аудитории «Комсомолки» в рубриках «обратной связи» (письма, интервью). Думается, в данном случае речь может идти о конфликте гендерных дискурсов советского и постсоветского периодов.

2.4.3. Гендер и социальная роль (конструирование материнства)

Датская исследовательница М. Киэр, анализирует специфику конструирования материнства в медицинском дискурсе с позиций критического дискурс-анализа [Kiær 1990], где основное внимание уделяется вопросам власти и контроля в продуцировании гендерной идентичности. Мотивом к исследованию послужили ощущения Киэр, связанные с трансформацией собственной идентичности в данный период, а материалом – аудиозаписи приемов у гинеколога, визитов акушерки, занятий по подготовке в родах, а также тексты многочисленных печатных материалов, которыми снабжают будущих матерей медицинские учреждения.

Анализируя языковые маркеры агентивности и контроля, исследовательница развивает тезис о медиализации деторождения, выявляет языковые средства, с помощью которых беременность конструируется как болезнь, роды как серия медицинских процедур, необходимых для выздоровления. Сама же женщина конструируется как пациент, послушный и пассивный исполнитель рекомендаций медицинского персонала. Например, в анализируемых текстах женщина практически не вступает в функции субъекта глагола *deliver* («рожать»), а либо является объектом действий медперсонала («*we will deliver you*»), либо что-то происходит с ней. Представители медицинской профессии определяют, что такое хорошая мать, что необходимо знать о родах и ребенке, что следует считать правильным и нормальным – при этом все иное представляется как противоречащее здравому смыслу.

В брошюрах и памятках для будущих матерей женщины позиционируются как жены («*Можно ли моему мужу увидеть снимок? (УЗИ)*») и домохозяйки, которые в период беременности продолжают выполнять домашние обязанности (памятки рекомендуют начать пользоваться перчатками и попросить мужа «помогать по дому»). Примечательно, что уже через несколько лет в аналогичных печатных материалах вместо слова «муж», стали использоваться слова «отец», «партнер», т.е. дискурс натурализовал

ситуацию, что многие женщины рожают вне брака. То, что большинство будущих матерей не являются домохозяйками, тоже более не рассматривается как противоречащее здравому смыслу: одна из памяток предупреждает женщин-фермеров, работающих с животными, об опасности контракции таксоплазмы в период беременности [Talbot 1996]. Это свидетельствует об историчности дискурса и конструируемых им позиций и отношений.

2.4.4. Гендер и коммуникативная роль

(1) В статье Э. Охс и К. Тейлор конструирование гендерных асимметрий анализируется на примере конкретного вида коммуникативной практики: бесед членов семьи за обеденным столом [Ochs, Taylor 1995]. Анализ более сотни нарративов, записанных в семи американских (белых) семьях с двумя и более детьми, позволил выявить несколько коммуникативных ролей, релевантных для конструирования гендерной идентичности: главный герой (рассказчик), инициатор, основной получатель (информации), проблематизатор (критик) и проблематизируемый (критикуемый).

Герой-рассказчик – это тот, чьи действия (мысли, чувства) становятся темой для комментариев, суждений и оценок. Чаще всего в роли героев собственных рассказов в материалах Охс и Тейлор выступали дети; значительно реже – матери; крайне редко объектом обсуждения за семейным столом становились нарративы отца.

Инициатор задает тему и контролирует ход рассказа, нередко определяя его главную аудиторию или *основного получателя*, т.е. того, кто высказывает мнения и оценки («да что ты говоришь!», «не может быть...», «вот это да!», «не верю...»). Одним из главных выводов исследования стала роль матерей в создании и воспроизводстве гендерных иерархий в семейной практике. Анализ показал, что именно матери, иницируя детские рассказы («скажи-ка папе, что сегодня случилось в школе» и т.д.), позиционируют отца как основного получателя информации и главного семейного судью. Такое позиционирование не связано с большей/меньшей информированностью одного из родителей. Как подчеркивают Охс и Тейлор, в записанных ими

беседах матери знали о произошедшем не больше, а иногда и меньше, чем отцы. Тем не менее во всем материале не было зафиксировано ни одного случая, когда бы отец позиционировал мать как главного получателя информации («расскажи маме, как прошел твой день»). Ни один из родителей не предпринимал и попыток соответствующего позиционирования детей («дорогой/дорогая, расскажи детям, как прошел твой день»).

Анализ выявил существенные гендерные асимметрии в позициях *проблематизатора* и *проблематизируемого*. Проблематизатор (критик) – это участник разговора, который находит поступок, высказывание, мысль говорящего сомнительной, т.е. видит в ней источник возможных проблем («тебе на следовало этого делать», «ты знал и не сказал?!», «значит тебе пора худеть» и т.д.). Мужчины выступали в роли критиков в полтора раза чаще, чем женщины, и в три с половиной раза чаще, чем дети. Среди детей роль критика чаще исполняли мальчики, чем девочки. Отцы в два раза чаще были критиками, чем критикуемыми, а матери, наоборот, чаще оказывались в позиции критикуемых.

Резюмируя результаты исследования, Охс и Тейлор подчеркивают, что они касаются лишь определенного типа семейной культуры и не отражают всего возможного этнического, социального, расового и др. многообразия вариативности семейных коммуникативных интеракций. Вместе с тем, полученные данные демонстрируют, как гендерная идеология «папа лучше знает»¹⁵, воплощающая культурные и политические асимметрии, подвергшиеся в последние десятилетия серьезной феминистской критике, поддерживается путем совместного (вос)производства в семейных коммуникативных практиках, оказывая существенное влияние на формирование гендерных стереотипов в процессе социализации.

(2) Конструирование асимметричных коммуникативных ролей в жанре теледебатов анализирует Х. Коттхофф. Она выделяет «лекторство» как вид вербального поведения (деятельности), создающий для говорящего позицию

¹⁵ Аллюзия на комедийный сериал, популярный в США в 1950-х гг.

эксперта, отмечая, что мужчины чаще заявляют права на эту позицию и что к мужчинам чаще обращаются за экспертным мнением, чем к присутствующим женщинам [Kotthoff 1997]. «Эксперт» концептуализируется как «релятивная идентичность», нуждающаяся в подтверждении со стороны других участников коммуникации. Исследование Коттхофф показало, что мужчины получают это подтверждение чаще, нежели женщины. Женщинам в анализируемом материале обычно предлагалась роль «заинтересованного лица», даже если и мужчины, и женщины (врачи, психологи, учителя) были приглашены на передачу для того, чтобы высказать профессиональное экспертное мнение. Ведущие телепередач, как правило, обращались к участницам-женщинам как к тем, кого «волнует» или «касается» обсуждаемая тема. Таким образом, выстраивалась иерархия экспертов и заинтересованных лиц, являющаяся по сути гендерной иерархией.

2.4.5. Полифункциональность языковых форм и конструирование гендерной идентичности

Выше уже отмечалась полифункциональность языковых форм, детерминированных контекстом и ситуацией, и возможность манипуляции языковыми ресурсами с целью создания гендерных смыслов.

(1) В работе Вивьен де Клерк анализируется роль эксплетивов (не имеющих денотативной значимости субстандартных речевых «заполнителей» разной степени сниженности) в конструировании гендерной идентичности южно-африканских подростков [de Klerk 1997].

Стереотипное представление о маскулинности в патриархатной культуре связано с «сильным» языком, частью которого являются и субстандартные эксплетивы, среди которых много табуированных выражений. Конкретные контекстуально обусловленные функции эксплетивов могут быть различными: намеренное нарушение норм, стремление шокировать собеседника, проявление неуважения к авторитету, сигнал групповой солидарности, общности интересов, знаний и т.п.

Традиционно считается, что употребление грубого языка для женщин не характерно; оно общественно порицается, хотя в исследованиях последних лет отмечается тенденция к общему снижению стилистической тональности женской речи (P. Eckert, M. Bucholtz, D. Cameron, Sh. Okamoto и др.). Напротив, для юношей (особенно в неформальном дружеском общении) употребление табуированной лексики считается проявлением уверенности, силы, символом мужества; такое речевое поведение ожидается и, более того, является частью нормы мужского внутригруппового неформального общения.

В исследовании де Клерк респондентам предлагалось (а) указать, какие эксплетивы они употребляют сами, оценив их по степени табуированности; (б) выразить (оценить в баллах) свое отношение к лицам мужского и женского пола (разного возраста), употребляющим табуированную лексику; а также (в) представить возможных адресатов коммуникативных действий в ситуациях с использованием эксплетивов (друг, одноклассница, отец, мать, учитель и т.д.). Оказалось, что гендерная обусловленность речевого поведения не носит прямого характера; во всех случаях важную роль играют иные социальные факторы, в частности, возраст респондента и тип школы (совместного и отдельного обучения).

Анализ подтвердил высокую степень осознания юношами (15 – 18 лет) употребления эксплетивов как символа мужественности. При этом в школах отдельного обучения фактор внешнего давления, побуждающий к подобной лингвистической манифестации пола, был существенно ниже, чем в школах совместного обучения, где, по всей видимости, феномен постоянного присутствия гендерных различий создавал дополнительное давление, стимулирующее соответствие гендерным стереотипам.

Ранжирование коммуникативных ситуаций с потенциальным адресатом показало наибольшую приемлемость использования эксплетивов в общении с другом одного пола, а затем (по убывающей) с другом противоположного пола, незнакомым взрослым, отцом, матерью, учителем и т.д. Таким образом, можно говорить о ситуации внутренней цензуры – запрета на употребление

эксплетивов в общении (а) с лицами, обладающими властью, и (б) с теми, кто не употребляет их.

Хотя респонденты обоего пола в целом отметили бóльшую приемлемость употребления табуированной лексики мужчинами, чем женщинами, рейтинг собственного употребления у девушек оказался намного выше, чем можно было бы ожидать. Де Клерк считает высокий рейтинг употребления девушками табуированной лексики свидетельством того, что, осознавая гендерные стереотипы, они все меньше стремятся им соответствовать. С другой стороны, существенно и число юношей, отметивших (на полях для комментариев в опросных листах) ощущение дискомфорта и вынужденности при употреблении табуированной лексики.

Таким образом, один и тот же языковой ресурс транслирует разные гендерные смыслы: если для женщин употребление грубой лексики может быть формой протеста против гендерных стереотипов, то для мужчины протестом является неупотребление эксплетивов.

Исследование В. де Клерк показывает, что конструирование гендерной идентичности – это не автоматический ритуал копирования и соответствия, а динамический процесс, обусловленный разнообразными социальными факторами. Этот вывод подтверждает и работа Дж. Пуджолара [Pujolar 1997].

(2) Исследование Пуджолара проводилось в Испании, где после смерти генерала Франко, в годы правления которого преследовалось публичное использование каталанского языка, правительство учрежденной в 1980 году автономии перевело обучение в школах на каталанский язык. Объектом исследования было речевое поведение двух групп молодых людей («рамблерос» и «трепас») из рабочих кварталов Барселоны, школьные годы которых пришлись на данный период.

Выводы Пуджолара носят комплексный характер и касаются широкого спектра языковых, мировоззренческих, этнокультурных и поведенческих вопросов, в центре которых находится тема гендерной идентичности. Он, в частности, проблематизирует оппозиционность традиционной трактовки

мужской и женской речевых культур, когда концептуальным противочленом женской заботливости и сотрудничества является мужская иерархичность и агрессивность, и показывает, что мужчинам столь же свойственно проявлять заботу, заинтересованность и строить отношения личной близости, однако в менее прямой форме, как правило, через совместные действия, связанные с увлечениями, хобби, игрой и т.д.

Особо подчеркивается вариабельность мужской идентичности, многоголосие (по Бахтину) ее речевого выражения и невозможность характеристики гендерной субъективности в терминах фиксированных значений, жестко приписываемых мужским и женским коммуникативным интеракциям.

Маскулинность рамблерос Пуджолар характеризует как «упрощенную (*simplified*) маскулинность», для которой характерны стереотипное видение мужественности, основанное на эксплуатации значений риска/угрозы как лицу (по Браун, Левинсон), так и телу, что в поведенческом плане проявляется в потасовках, оскорблениях, злоупотреблении алкоголем, наркотиками и пр. Политизированная идентичность трепас связана с их левыми политическими убеждениями, членстве в анти-военных и феминистских организациях, неприятии всех форм насилия и трансгрессивных установках, связанных с неподчинением общепринятым стандартам поведения и внешности т.п.

Среди языковых форм манифестации гендерных предпочтений обоих субкультур, Пуджолар выделяет использование табуированной лексики (рамблерос) и городского просторечия с элементами панк-жаргона (трепас), эксплуатацию диалектных акцентов (андалузского) и кодовые переключения между испанским и каталанским. При этом он опирается на диалогическую концепцию языка М. Бахтина, где каждая языковая манифестация может быть понята лишь с учетом диалогического культурного контекста, как отклик на предыдущие высказывания и в то же время предвидение новых реакций (ср. реитерации и цитации у Дж. Батлер).

Например, в речи мужчин-рамблерос обычно представлен типичный южно-испанский андалузский акцент, для которого характерно придыхание в невзрывном «-s» или опущение этого звука в конечной позиции, а также определенный музыкальный тип интонации. В Каталонии андалузский акцент обычно ассоциируется с крестьянскими или низшими слоями рабочих и коннотирует определенное мировоззрение: позицию «простого человека», живущего «простыми истинами». Данная установка у рамблерос проявляется также в намеренном дистанцировании от стандартных (формальных) языковых форм, снижении (огрублении) языка и поддразнивании тех, чья речь претендует на правильность. Свои суждения (смесь левых взглядов и расизма) рамблерос обычно выражают в намеренно упрощенной, неприязательной форме как простой факт личных предпочтений.

В речи трепас андалузский акцент использовался как средство представления (драматизации) невежественности, неграмотности, невоспитанности, а также как инструмент протеста – отрицания ценностей «упрощенной маскулинности» рамблерос. Так, в группах трепас сурово критиковались мужчины, допускающие физическое насилие и сексуальные домогательства в отношении женщин, а речь этих лиц имитировалась использованием андалузского акцента. Другими словами, «присвоение» андалузского акцента сигнализировало неприятие сексистских взглядов и поведения. Речевая культура трепас также включала черты более стандартной (правильной речи), риторику левых общественных и политических групп, языковую образность городского жаргона, что создавало эффект культурного многоголосия – полифонический речевой стиль, воплощающий определенный тип идентичности.

Существенные различия в плане конструирования разных форм маскулинности выявил и анализ кодовых переключений между испанским и каталанским. Использование каталанского, изначально коннотировавшего одинаковые значения сухости, правильности, назидательности, традиционной добропорядочности и ингерентной немужественности, приобрело совершенно

различные смыслы для представителей обеих групп. Рамблерос активно избегали любого использования каталанского, даже декларируя позитивное отношение к каталонцам и Каталонии: использование второго языка воспринималось ими как двусмысленность, противоречащая ценностям подлинной, «простой» и непритязательной мужественности. В речи трепас, в силу их приверженности «уважению всех культур» и политической поддержки самоопределения Каталонии, сформировались иные тенденции, характеризующиеся стремлением к преодолению стереотипов в использовании каталанского и восприятию его как слишком правильного и навязанного сверху (школой, государством).

Таким образом, сопротивление каталанскому (как и андалузский акцент) напрямую связаны с идеями «упрощенной маскулинности» и сексизма, которые характерны для мужчин-рамблерос с их культом тела, физической силы, гетеросексуальности и гомофобии и проявлениями трансгрессивности в форме речевой грубости, приверженности алкоголю, наркотикам и пр. Более эгалитарная идеология трепас, в том числе в плане гендерного дисплея (культурных кодов мужественности и женственности), явилась фундаментом для трансформации конвенций выбора языковых форм, в результате чего использование каталанского стало одним из инструментов конструирования *иного* типа мужественности.

2.4.6. Гендер и власть

В исследовании С. Кислинга показано, как аналогичные языковые ресурсы могут использоваться во внутригрупповом мужском общении для конструирования различных типов мужественности [Kiesling 1997]. Его результаты основаны на этнографическом исследовании речевых практик членов мужской студенческой организации (братства – *fraternity*) в одном из американских университетов. Кислинг показывает, как идеология организации и непосредственная речевая ситуация определяют (само)презентацию индивида в конкретном речевом событии.

Кроме конверсационного анализа существенную ценность, на наш взгляд, представляет предлагаемая автором трактовка понятия власти, открывающая новые возможности для его использования в лингвистическом описании. Кислинг говорит о различных способах создания сильной позиции (власти). Взяв за основу концепцию М. Фуко, он адаптирует его теорию применительно к своему материалу и выделяет несколько типов власти, основанных на занимаемых/выполняемых индивидом ролях: (а) власть физическая (принуждение и возможность); (б) власть экономическая; (в) власть, основанная на знании; (г) власть структурная (основанная на месте в иерархии); (д) власть/влияние наставника; (е) идеологическая власть и (ж) власть образа/манеры поведения¹⁶ [Kiesling 1997: 68-70].

Рамки нашей работы не позволяют подробно остановиться на всех аспектах исследования, где он анализирует выступления членов организации на общем собрании, обсуждавшем кандидатуры на выборную должность «корреспондента», в обязанности которого входит поддержание связи с национальной организацией через письма, публикуемые в национальном журнале. Кислинг рассматривает речевые стратегии и выбор языковых средств, показывая, как они связаны со статусом говорящего в организации, идеологией братства и идентичностью каждого из выступавших.

В выступлении новичка, недавно ставшего членом братства, акцентируется обоснование внесенного предложения. Тем самым говорящий признает, что его статус в организации недостаточно высок для того, чтобы его мнение считалось авторитетным само по себе. Чтобы склонить на свою сторону голосующих, он апеллирует к своему знанию: подчеркивает достоинства/умения выдвигаемого кандидата; ссылается на то, что хорошо с ним знаком (вместе учились в школе), читал его письменные работы и т.д. Собственное мнение он выражает в смягченной форме («как я думаю...»),

¹⁶ Иллюстрацией данного типа власти может служить, например, отмеченное С. Табуровой частое использование мужчинами-депутатами бундестага так называемых «экспрессивов», под которыми понимаются специфические речевые акты, не посвященные какой-либо определенной теме, а совершаемые из желания понравиться, пошутить, реализовать хорошее/плохое настроение («Спасайся, Зигхаммер идет!» и т.п.) [Табурова 2000].

использует сослагательное наклонение, оформляя свое предложение как возможность («он справился бы хорошо»), а не факт («он справится хорошо»). Использование структурного осложнения (повтор аргументации в придаточном причины – «потому что он здорово умеет писать») – это признание того, что просто мнения новичка недостаточно, нужна дополнительная мотивировка (чего старшим членам организации не требуется). Таким образом «власть» новичка (т.е. то, что дает ему право вступать и высказывать/вносить предложение) строится на знании: он дает понять, что основывает свое предложение на достоинствах кандидата, а не просто на своем мнении.

Второй выступающий, ветеран братства, конструирует власть (значимость своей роли) иным способом. Он выдвигает в качестве кандидата новичка, у которого есть проблемы и которого иначе братство «может потерять», тем самым создавая собственный образ «мудрого старшего». Предлагаемого кандидата он называет снисходительно по-отечески «паренек» («*kid*») и акцентирует свой статус более опытного («если ему подсказать»), тем самым выражая готовность выступить в роли наставника. Высказывается прямо и директивно («я не хочу»); берет на себя право говорить от имени всех («нам нужно его вовлечь»), правда в смягченной форме («я считаю, что»).

Еще один ветеран, занимающий заметное место в иерархии братства, позиционирует себя как авторитетную личность, чьи слова важны сами по себе. В его выступлении нет обоснований своего мнения, что является сигналом высокого статуса (достаточно просто сделать заявление). Он указывает присутствующим на правильное, с его точки зрения, решение без смягчающих формул («нам следует», а не «я думаю, что нам следует»). Мнения представляются в форме аксиом («есть обязанности, с которыми справится любой»). Иные модальные маркеры («может справиться» и т.д.) имплицировали бы возможность для голосующих другой точки зрения, но в данной формулировке им не оставлено такой возможности. Императивный и инструктивный тон ставит говорящего в позицию структурной власти: он

конструирует роль старшего, влиятельного и умного манипулятора – даже провидца («я вижу [на этом посту. – Е.Г.] Курта»). Свой статус данный член братства сигнализирует и невербальными средствами, занимая одно из крайних правых мест в правой части зала, где обычно сидят ветераны.

Таким образом, используя аналогичные ресурсы три ветерана организации конструируют различные типы идентичности с опорой на разные типы власти (авторитета). С учетом этого, автор исследования выражает сомнение в перспективности описания речи мужчин в целом (как монолитной группы), подчеркивая, что использование языковых ресурсов всегда контекстуально обусловлено и связано не только с гендером, но и другими социальными параметрами.

2.4.7. Гендер и статус

В исследовании Шигеко Окамото, использующей классический социолингвистический подход, представлены эмпирические данные вариативности в языке современных японских женщин, свидетельствующие о том, что так называемый «женский язык» есть культурно и идеологически сконструированная классовая норма, слишком статичная и монолитная, чтобы объяснить фактическое разнообразие женских речевых практик. В японском языке традиционные мужской и женский стили характеризуются гораздо более высокой и жесткой специфицированностью, чем в европейских языках. Наиболее яркие различия касаются форм самореференции и обращений, завершающих предложение частиц, маркеров вежливости/почтения, высоты тона и интонации. Женский язык, в отличие от мужского, характеризуется как вежливый, мягкий, некатегоричный и эмпатический (сопереживающий). Однако в последние годы все чаще отмечается, что молодые японки отходят от традиционных норм женского языка и начинают «говорить как мужчины» [Okamoto 1995: 298].

Ш. Окамото анализирует аудиозаписи неформальных бесед десяти токийских студенток (представительниц среднего класса) с целью выявления индикаторов мужской/женской речи в форме завершающих предложения

частиц (модальных маркеров), которые представляют собой гендерно-нейтральные формы или умеренные и слабые индексы маскулинности и фемининности. Исследование показало, что большинство участниц эксперимента чаще всего прибегали к нейтральным формам; лишь в речи двух из них преобладали «мужские» маркеры. При этом используемые в речи «женские» формы, как правило, относились к умеренным сигналам фемининности. Сильные женские формы составляли лишь 34% от всех женских маркеров. Частица *wa* (с подъемом интонации) и ее варианты, признаваемые в специальной литературе наиболее типичным маркером фемининности, использовались во всем материале лишь дважды.

Характерно, что индикаторы «женского» языка чаще всего возникали в тех фрагментах беседы, где речь шла о женщинах более старшего возраста (матери, женщины-профессора в университете и т.д.). 93% «мужских» маркеров относились к сигналам умеренной маскулинности. Таким образом, в целом стиль речи участниц эксперимента характеризовался не как женский, а скорее как нейтральный с умеренной маскулинностью.

Сопоставляя полученные результаты с аналогичными исследованиями по нескольким возрастным срезам, Ш. Окамото фиксирует значительное увеличение «женских» признаков в речи представительниц старшего поколения и существенную статусную дифференциацию – более «женственную» речь домохозяек по сравнению с представительницами разных профессий. Отмечается также, что в региональных диалектах гендерная специфика проявляется гораздо меньше, чем в стандартной форме, что, по мнению исследовательницы, обусловлено историческими причинами. Нормы женской речи сформировались в 19 веке, в эпоху стандартизации японского языка, на основе традиционного стиля представительниц токийского диалекта *Yamanote kotoba* – рафинированного, формального языка высших и средних классов, «белых воротничков», противопоставленного «грубому», «прямому» и «вульгарному» *Shitamashi kotoba*, на котором говорила другая часть Токио (купцы, ремесленники, мелкие предприниматели). Современные

представления о японских женщинах Окамото считает историческим наследием XIX века, эпохи становления государства и индустриализации, когда японское правительство и интеллектуальная элита продвигали образ идеальной женщины и матери (*ryoosai kenbo*) и так называемый «женский язык» («естественная» речь токийской элиты) стал одной из проекцией этого идеала. Таким образом, по мысли Окамото, понятие «женского языка», как идеологический и культурно-исторический конструкт, никогда не отражало особенностей речи всех японских женщин.

Важным, по ее мнению, вопросом являются причины использования или неиспользования японками традиционно женских форм и стоящие за этим прагматические значения вежливости, мягкости, эмпатии, которые в свою очередь (метафорически) экстраполируются на «предпочтительные образы мужчин и женщин» и, тем самым, «мотивируют их диверсифицированное употребление мужчинами и женщинами» [Ochs 1993: 151]. Окамото подчеркивает, что выбор речевого стиля или той или иной языковой формы может носить вполне осознанный характер. Профессиональная деятельность в различных сферах (политике, бизнесе, образовании) подталкивает к дефеминизации женской речи и выбору более прямого и уверенного стиля общения или к компромиссной комбинации разных стилей. Например, Дж. Смит (Шибамото) рассматривает два варианта речевых стратегий, используемых японскими женщинами-руководителями: «голос матери» (*motherese*), использующий инструктивные и поощряющие модели, характерные для общения матери с детьми, и голос «пассивной власти» (*passive power*), основанный на непрямых директивах [Smith 1992].

Идентичность формируется в социальном контексте. Речевой стиль японских женщин (как и представительниц других языковых сообществ и культур) реализует их видение себя – как молодых, незамужних, домохозяек, матерей, менеджеров и пр. «Неженские» маркеры в неформальном общении молодых японок, по их собственному признанию, коннотируют молодость и легкость, служат отличием от женщин старшего поколения и сигналом

внутригрупповой солидарности. «Женские» маркеры в речи молодых домохозяек – символ соответствия желаемому образу традиционной женственности. Школьницы же, употребляя применительно к себе «мужское» местоимение *boku* объясняли это тем, что если они будут назвать себя «женским» местоимением *atashi*, то не смогут «соревноваться с мальчиками» за успех, хорошие оценки и пр. Таким образом, символические формы мужественности и женственности конструируют гендер и статус.

2.4.8. Гендерные аспекты самоидентификации

(1) О том, что «мужское» могло стать частью самоидентификации женщины еще в прошлом веке, пишет И.Л. Савкина, анализирующая в статье «Идентичность и модели женственности в дневнике “приживалки” (Елисавета Попова. Из московской жизни сороковых годов)» саморефлексию женщины, волею судьбы оказавшейся в подобной роли [Савкина 2002]. Мужское и женское в комментариях диаристки предстают резко противоположными, причем первое маркируется позитивно, а второе – негативно. Хотя ее отношение к конкретным женщинам, поименованным в дневнике, вполне благоприятно, когда речь заходит о «женской природе», женщинах *вообще*, они характеризуются как завистливые, ветреные, суетные, тщеславные, надменные, эгоистичные. Воплощением «женской сущности» является в дневнике некая, не называемая «одна женщина», которая по ходу повествования приобретает негативно-типические черты.

В дневниковых записях диаристка не отождествляет себя с женскостью, как она ее понимает, а выстраивает свою идентичность в отталкивании от нее. Она относит себя к Сынам Отечества, солдатам православного воинства; давая самоопределения, использует мужской род, именуя себя «*любитель Русского*», «*простой человек, дурак*», «*человек старый, простой мало верящий женщинам и любящий сердечно все русское*» [с. 276]. С другой стороны, почти все прямые или косвенные самоопределения в женском роде полны негативного смысла - *сиделка, шутиха, гувернантка, приживалка, невольница бедности*.

По мнению И.Л. Савкиной, маргинальность социального положения диаристки (ее бедность, непристроенность, невозможность легализовать свой статус через социально значимого мужчину – мужа, отца и т.п.) делали ее положение внутри традиционного женского общества того времени проблематичным. Одним из способов преодоления этой дефектности становится включение себя в идеологизированный мужской дискурс адептов славянофильства. Как полагает исследовательница, пафосный витиеватый стиль многих записей дневника может восприниматься как своего рода «чужое» слово, употребляя которое в качестве своего (дневникового), «усваивая и присваивая его», автор совершает акт самоутверждения в качестве одного из тех, кого именует *«милыми братьями по любви к Москве»* [с. 277].

Однако и традиционные женские роли, прежде всего роль матери, занимают важное место в процессе ее самоидентификации. Например, В. Панова диаристка называет «милым сыном», а в ситуации с его женитьбой описывает себя не только как старшего друга и *«столетнего знакомого»* Панова, но и как заместительницу матери: *«Я перекрестила его: пусть будет с ним сердечное благословение: у него нет даже матери»* [с. 278].

Еще сильнее материнский дискурс обнаруживает себя в описании отношений с Ф.Б. Тидебелем, с которым Попова активно переписывается и даже едет повидаться в Воронеж, куда он получает назначение. Легитимация собственных чувств и мотивов поездки – это подчеркивание своего пожилого, сексуально безопасного статуса. Она называет Тидебеля не только *«сын мой»*, но и *«внук мой»*, *«дорогой внук»*, создавая роль матери или бабушки, *«усыновившей сироту»*, о котором никто другой не проявляет заботы. При этом не раз подчеркивается, что ее чувства «чисты», это *«чистая любовь»*, ее *«намерение чисто»*, и эти обращенные к себе уверения в непорочности, как и эротические коннотации в описании дней, проведенных в Воронеже, показывают, что в чувстве диаристки к Тидеделю соединяются роли матери и возлюбленной. Разыгрывая эти роли, она создает свое «я», которого, по словам

И.Л. Савкиной, «нет во внешнем мире <...> , но оно существует и осуществляет себя в процессе само(о)писания».

(2) С позиций «коммуникативной игры» анализирует языковую личность женщины-политика О.С. Иссерс. Материалом для анализа стали интервью Любове Слиски, вице-спикера Государственной думы, опубликованные в «Комсомольской правде» [Иссерс 2002]. К составляющим коммуникативного портрета личности (средствам конструирования идентичности) О.С. Иссерс относит тип самоподачи (прямая/косвенная, игра на повышение/понижение); уровень тактичности (заинтересованность/ незаинтересованность в сохранении лица собеседника); уровень контроля за эффективностью общения и коммуникативного давления (осознанность выбора речевых тактик, управление фреймом ситуации и др.); степень внимания к языковой форме; способ подачи информации (гипер/гипоинформативность, соотношение общей и частной информации); набор типичных речевых «масок» (ролей). Ряд речевых тактик и приемов исследовательница квалифицирует как гендерно специфичные.

К специфике презентации женщины-политика О.С. Иссерс относит, в частности, серьезное отношение к слухам о себе, включая в набор речевых тактик прямой самоподачи: (а) речевые тактики опровержения слухов и их прогнозирование («я про себя такое слышала!», «я что, ненормальная, - из 5-комнатной в 3-комнатную переезжать, чтобы завтра во всех газетах фельетоны появились»); (б) акцент на качествах женщины-хозяйки (тактика уступки: «хоть я и политик, но обязанности жены выполняю»); (в) косвенная самоподача с позитивной оценкой собственной внешности («... ко мне [на приеме. – Е.Г.] подошел один министр и шепнул: “Знаете, что нельзя быть на свете красивой такой”») и т.п. Признание в неумении рассчитать деньги и невозможности экономить на типично женских потребностях трактуется как гендерно маркированный прием в рамках игры на понижение («Деньги уходят на еду, прически и маникюр»).

Отмечаются также особенности женского речевого поведения, задаваемые ролевой позицией. По наблюдениям О.С. Иссерс, традиционно женская для России профессия педагога и социально-биологическая роль матери «формируют у женщины-политика тип речевой коммуникации, маркированный в плане дидактической интенцией» [с. 176]: (*«посмотрите, что они творят в Думе» <...> «... где же их партийная чистота?», «Один из наших депутатов выкинул номер...», «Стыд!»*) и т.п.).

Одной из составляющих коммуникативного портрета является уровень тактичности. Как указывает О.С. Иссерс в ситуациях, когда есть вероятность задеть (смутить, обидеть и т.д.) партнера по коммуникации, для женщины-политика типично стремление избежать конфронтации. В этой связи характерны фразы *«не стоит торопиться», «есть другие приемы»* и т.д. Данный вывод созвучен наблюдениям Д. Таннен и Ш. Кендал над речевым поведением в ситуациях профессионального общения, где «женщины-руководители обычно отдавали распоряжения в форме, которая не угрожала лицу подчиненных» [Kendal, Tannen 1997: 103]. Примером подобного речевого маневрирования является и фраза из интервью замминистра вооруженных сил Л.И. Куделиной («Известия» 6.03.04), которая на вопрос, как ей удастся командовать несколькими сотнями генералов, ответила: «Я ими не командую, а просто требую исполнения». Представляется, что в этих случаях речь следует вести не только (и не столько) о стремлении сохранить лицо адресата, сколько заботой о собственном лице – стремлении соответствовать ожиданиям социума, конструируя гендерную идентичность в духе традиционных представлений, согласно которым женщина не должна быть резкой, авторитарной.

Выше уже отмечалась ограниченность трактовки гендерных особенностей речевого поведения в терминах бинарных оппозиций. Попытка создания коммуникативного портрета в рамках дихотомии мужского и женского чревата сползанием в «зал зеркал», где (вос)производятся научные стереотипы о гендере. В этом смысле уязвим, на наш взгляд, вывод О.С.

Иссерс о том, что «мужское и женское речевое поведение существенно различаются по “плотности” передаваемой информации», когда та или иная мысль «в женском политическом дискурсе обрастает деталями нехарактерными для информационного сообщения в мужском политическом дискурсе» [с. 177]. Представляется, что тезис о гиперинформативности как специфике женского речевого поведения не учитывает вариативности, связанной с темой (есть темы и контексты, где мужчины гораздо более словоохотливы), личностью и темпераментом говорящего, а также другими возможными характеристиками ситуации и участников общения.

Представленный выше обзор демонстрирует разнообразие направлений, в рамках которых ведется изучение языкового конструирования гендера (социальная семиотика, дискурс-анализ, вариационистская и интеракциональная социолингвистика, этнография речи, прагматика и пр.). Предметом изучения является как (вос)производство гендерной идентичности в фактических актах коммуникации, так и «вторичное» конструирование гендера в художественных и медиа-текстах. Исследования наглядно демонстрируют многомерность и динамичность культурных конструктов мужественности и женственности, их зависимость от ситуативно-прагматического контекста (влияние социально-политического заказа, потребительского спроса, возрастного, социального и др. статусов коммуникантов). Работы последнего десятилетия существенно расширяют представления о номенклатуре языковых средств конструирования гендера: гендерно значимыми могут быть жанровые особенности текста, его композиционная структура, коммуникативные позиции участников интеракции, грамматические формы, синтаксические структуры, прагматические стратегии и тактики, семантические и стилистические параметры языковых форм. При этом гендерные смыслы не «заложены» в тексте, а создаются в дискурсе (в интерпретативной деятельности коммуникантов).

ВЫВОДЫ

Признание динамической и контекстуальной природы языковых значений заставляет критически переосмыслить ранние гендерные исследования, где гендерная идентичность «считывалась» с лингвистических форм. Интерпретация результатов этих исследований проводилась в рамках конкурирующих идеологических парадигм (дефицитность, доминирование, различие), анализ которых демонстрирует, как осмысление эмпирических данных в социальных науках происходит на основе идеологически ориентированных предпочтений, включая мнения и убеждения о «естественном» характере гендерных различий и отношений в профессиональной деятельности, бытовом общении и иных сферах коммуникации.

Проведенный анализ показал, что для многих исследований 1970 – 80-х гг. характерно не только эссенциалистское понимание мужественности и женственности как набора внутренне присущих индивиду черт (данных природой или сформировавшихся в процессе социализации), но и упрощенное понимание гендерного доминирования, недооценка роли контекста в создании гендерных смыслов, игнорирование социальных причин и следствий гендерных различий в коммуникации и абсолютизация дихотомии «мужское – женское».

Наиболее существенными методологическими заблуждениями, ведущими к (вос)производству «научных» стереотипов о языке и гендере, являются амплификация статистически незначительных результатов, универсализация (обобщение результатов конкретных, узконаправленных исследований за пределы экспериментального контекста), а также анализ гендера в отрыве от других аспектов социальной идентичности.

Осознанию и преодолению этих недостатков способствовали дискурсивный и перформативный «повороты» в лингвистическом изучении гендера. Первый характеризовался уходом от соотнесения языковых форм (слов, фонем, грамматических конструкций и пр.) с социальными группами

говорящих и переключением внимания на гендерные аспекты дискурса, что акцентировало исторический и динамический аспекты языка, а также интерактивный характер его использования. «Дискурсивный поворот» не означает игнорирования языковых единиц (фонем, слов), но требует, чтобы они рассматривались с учетом функций, выполняемых ими в конкретной ситуации общения; при этом предполагается, что сами единицы не являются застывшими и неизменными. «Перформативный поворот» означает новое понимание гендерной идентичности, осознание того, что гендер – это не то, что индивид имеет, а то, что он/она делает. С этой точки зрения, гендер не просто существует, а постоянно производится, воспроизводится, а также меняется в результате конкретных действий индивидов, заявляющих свою идентичность, признающих или оспаривающих идентичность других, поддерживающих или выступающих против определенных систем гендерных отношений, привилегий, идеологий. «Перформативный поворот» в исследованиях языка и гендера побудил многих ученых переосмыслить знакомые категории «мужчина» и «женщина» и обратиться к изучению того, как гендерные идентичности (традиционные и противоречащие привычным нормам) конструируются в конкретных языковых перформациях. *«Мужские» и «женские» языковые формы, таким образом, отделяются от реальных мужчин и женщин и осознаются как лингвистические ресурсы конструирования гендера в социальной практике.*

Методологически такое смещение акцентов обусловило переход от масштабных квантитативных исследований, соотносящих те или иные языковые маркеры с полом, к изучению конкретных лингвистических практик (локальных исследований в виде небольших описаний совместной деятельности людей) что, однако, не означает, что изучение гендера в целом приносится в жертву анализу отдельных его проявлений. Динамика микроуровневых коммуникативных интеракций делает понимание глобальной картины более точным и полным.

При этом исследователи не исходят ни из константных различий между мужскими и женскими стилями, ни из того, что язык является важнейшим фактором регулирования общения. В центре внимания находится вопрос о том, как различаются механизмы приписывания значения в конкретных ситуациях общения и какие нюансы вносит гендер в этот процесс. Гендер, в свою очередь, трактуется как опосредованно развивающаяся категория идентичности, интегрированная в формирование других аспектов социальной идентичности.

Глава 3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ГЕНДЕРА КАК СОЦИОКУЛЬТУРНОГО КОНСТРУКТА

Междисциплинарный характер гендерных исследований и современная тенденция изучения локальных гендерных практик, характеризующаяся отходом от универсализации как в понимании гендерных категорий, так и в методах их рассмотрения, создают впечатление бессистемности, эклектичности, принципиальной нерегламентируемости процессов лингвистического изучения гендера. В этих условиях мы видим свою задачу в том, чтобы на основе аналитического осмысления существующих подходов и исследовательских процедур предложить лингвистически ориентированные и имеющие достаточную объяснительную силу модели представления гендера как социокультурного конструкта. Речь идет об оптимизации способов описания гендера как «воспроизводящегося исполнения» (К. Уэст) с позиций филологической герменевтики, в рамках существующих лингвистических теорий и терминосистем.

3.1. Языковое конструирование гендера с позиций филологической герменевтики

В самом общем виде герменевтику можно определить как деятельность человека или коллектива при понимании или интерпретации текста или того, что может трактоваться как текст [Богин 2001]. Поскольку смысл неотъемлем от культурно-исторической ситуации, в которой происходит его производство и интерпретация, назначение герменевтики состоит в том, чтобы показать, как социальная практика влияет посредством различных социальных норм на анализируемое речевое произведение [Растье 2001: 287 – 288]. Социальные нормы (частью которых являются нормы гендерные) функционируют как прагматические пресуппозиции, без которых не обходится ни одна адекватная интерпретация. По отношению к языку эти нормы можно трактовать как «вторичные моделирующие системы», а языковое произведение представлять как многократно закодированное [Лотман 1998: 43 – 59, 67 – 87; ср. Барт 1980: 307 – 312; Растье 2001: 42 – 43].

В рамках сложившейся многовековой традиции в герменевтике выделяют три составных части: “*subtilitas intelligendi*” – понимание, “*subtilitas explicandi*” – истолкование и “*subtilitas applicandi*” – применение [см. Бочкарев 2003]. Эти установки взаимосвязаны: как справедливо указывает Х.Г. Гадамер, понимание всегда является истолкованием, истолкование – эксплицитной формой понимания, а понимание – применением к ситуации, в которой находится интерпретатор [Гадамер 1988: 364]. Тесная взаимосвязь не исключает, однако, возможности превалирования одной установки над другой, ибо всякий герменевтический акт тяготеет в той или иной степени к истолкованию или применению. Рассмотрим эти установки с логико-философских позиций прежде чем обратиться к лингвистическим теориям, конкретизирующим их применение в исследованиях языка и гендера.

Понимание в общем виде призвано ответить на вопрос «что и как надо понимать?». Ф. Шлеймахер определяет понимание с позиций целесообразности: «... я не понимаю того, в чем не вижу необходимости и что не могу построить» [цит. по: Бочкарев 2003: 21]. Иначе говоря, понимание предполагает осознание того, что его направляет, а осознание обычно начинается, когда оно сталкивается с некоторым «проблемным» высказыванием – языковой формой требующей интерпретации. Основной предпосылкой понимания является семантическая компетенция, а условием вывода смысла – контекст. Любое понимание начинается с «антиципации» или «набрасывания смысла» (Гадамер), т.е. выдвижения гипотезы в виде правдоподобной догадки. Смысл выводится на основе предшествующих знаний путем подгонки к существующим моделям в когнитивной семантике, например, слово соотносится с прототипом, а высказывание и текст – с понятийными структурами типа сценариев и фреймов.

Междисциплинарный характер проблемы понимания (относимый как к компетенции герменевтики, так и психологии, лингвистики и др.) породил множество подходов к ее решению и, соответственно, большое разнообразие не всегда согласующихся между собой теоретических концепций,

описывающих феномен понимания [Нишанов 1990]: понимание как декодирование, понимание как результат объяснения, понимание как оценка, как интерпретация, как «синтез целостности» и пр. Г.И. Богин определил понимание как освоение разумом того, что присутствует или дается неявно [Богин 1993: 3]. В большинстве случаев под «неявным» имеется в виду смысл текста.

Понимание становится истолкованием, когда нельзя ограничиться семантической компетенцией, т.е. как только осознается необходимость применения особых процедур вывода подразумеваемого смысла. Говоря словами Гадамера, «интерпретировать следует там, где смысл какого-либо текста не может быть понят непосредственно» [Гадамер 1988: 397]. Всякая интерпретация есть истолкование, которое фактически должно ответить на вопросы «что ты имеешь в виду?», «что ты подразумеваешь?» или «к чему ты это говоришь?». К примеру, тавтологическое определение «*une femme est une femme*» («женщина есть женщина») можно истолковать на основе оппозиции /конкретный/ vs /абстрактный/, т.е. путем различения содержаний обоих употреблений «*femme*»: *femme*₁/конкретный/ vs *femme*₂/абстрактный/ [Растье 2001: 154 – 156]. Кодифицированный характер расподобления подтверждают показания информантов: в предполагаемых перифразах некоторой женщине приписываются видовые признаки типа /слаба/, /кокетлива/, /покорна/, /ветрена/, /болтлива/, реже /нежна/, /застенчива/ и т.п. При этом информанты руководствуются не только личным опытом, но и устойчивыми представлениями, из которых складывается определительное множество концепта «женщина» во французской культуре.

Толкование становится применением, как только подчиняется внешней цели, а выводы согласуются с некоторой внепреложной целесообразностью. Как замечает Х.-Г. Гадамер, «в понимании всегда имеет место нечто вроде применения подлежащего пониманию текста к той современной ситуации, в которой находится интерпретатор» [1988: 364]. Истолкование зависит, таким образом, от исходной позиции, детерминируемой прагматическим контекстом,

частью которого являются ценностные установки интерпретатора. Имеется в виду, что применяемая к тексту стратегия уже содержит ориентиры, по которым происходит деление анализируемого материала и соответственно отбор интерпретантов, под которыми понимается лингвистический и прагматический контекст, позволяющий установить содержание анализируемой языковой последовательности.

Представляется, что основу описания языкового конструирования гендера могут составить две модели – *когнитивно-прагматическая*, позволяющая объяснить механизм конструирования гендерных смыслов в аспекте их порождения и интерпретации, и *стилистическая*, ориентированная на выявление и описание «поверхностных» языковых составляющих «гендерного дисплея» (И. Гоффман) как набора семиотических маркеров (культурных кодов), сигнализирующих принадлежность к мужскому или женскому полу. Данные модели существуют не изолированно, а взаимосвязаны и взаимодополняют друг друга. К примеру, анализ гендерно значимых особенностей коммуникативного стиля опирается на когнитивные механизмы распознавания имплицатур в процессе контекстуализации информационного сигнала. Поскольку неотъемлемым элементом процесса его обработки являются знания, репрезентируемые ассоциативными сетями, которые «связывают» компоненты-пропозиции, объяснительный потенциал названных подходов может быть усилен в рамках коннекционистской модели, которая углубляет представление об инференции, раскрывая механизм создания ассоциативных связей.

3.2. Когнитивно-прагматическая модель

Напомним, что в современной лингвистике не исходят ни из константных различий между мужским и женским стилями, ни из того, что гендер является важнейшим фактором регулирования общения. Внимание ученых концентрируется на том, как различаются механизмы приписывания значения в конкретных коммуникативных ситуациях и какие нюансы вносит гендер в этот процесс. Теоретической базой такого анализа могут служить

концепция Г. П. Грайса, обосновывающая понимание импликатур как особого типа значения, и теория релевантности Д. Шпербера и Д. Уилсон, объясняющая универсальные (когнитивные) принципы интерпретации высказывания. Обе теории оперируют сходным понятийным аппаратом и эффективно дополняют друг друга при изучении языкового конструирования гендера. Базовыми понятиями в данной модели анализа являются *импликатура, конвенция и контекст*; ключевой операцией вывода смысла является *инференция*; катализатором и залогом построения адекватного контекста интерпретации, служит понятие *релевантности*.

Рассмотрим подробнее теоретические построения, положенные в основу когнитивно-прагматической модели, особо выделив те моменты, которые обуславливают перспективность ее использования при анализе гендера как социокультурного конструкта.

3.2.1. По Грайсу, чтобы понять, как создаются значения в процессе использования языка, следует отделить значения, создаваемые в языковой коммуникации от других типов значений. Он разграничивает естественные (*natural*) и условные, конвенциональные (*non-natural*) значения. К первым относятся случаи, когда связь между двумя явлениями выводится на основе причинных отношений между ними, когда одно является симптомом другого, например, значение фразы «инфляция означает повышение процентных ставок» или «считывание» по данным медицинских анализов информации о здоровье человека [Meu 1993: 59]. К условным относятся значения, где между двумя феноменами нет необходимой связи, а отношения между ними основаны на конвенции (соглашении). Под конвенцией понимается «узнавание» получателем речи коммуникативного намерения отправителя (говорящего), возможное благодаря консенсусу в языковом сообществе относительно того, что может означать данный языковой знак в той или иной ситуации и/или культуре.

Перспективность такого понимания значения для изучения гендера как социального конструкта обусловлена тем, что связь между использованием

определенного языка (языковой формы) и конструированием определенного вида гендерной идентичности обычно носит опосредованный характер. Как справедливо подчеркивает Элинор Охс: «немногие черты языка прямо и недвусмысленно указывают на гендер, и только на него» [Ochs 1992: 151]. Обычно гендер индексируется путем употребления языковых форм, символизирующих роль (например, мать) или качество (например, скромность).

У Грайса, формула «Говоря x , A имел в виду z » означает « B намерения A входило, чтобы выражение x произвело определенное воздействие на аудиторию благодаря узнаванию данного намерения» [Grice 1989: 220]. Развивая его идею, С. Левинсон предложил более строгую формулу:

« S имел в виду z , говоря U тогда и только тогда, если:

(i) S был намерен оказать воздействие z на получателя H

(ii) S был намерен достичь (i) путем узнавания реципиентом H этого намерения» [Levinson 1983: 16].

Иными словами, если, говоря маленькому мальчику «ты же мужчина», отправитель речи имел в виду «ты не должен плакать», значит он хотел, чтобы фраза «ты же мужчина» побудила ребенка создать значение «ты не должен плакать», и более того, говорящий был уверен, что слушающий в состоянии создать такое значение, правильно поняв («узнав») намерение говорящего. С. Левинсон полагает, что такая характеристика значения позволяет определить коммуникацию как «комплексный вид намерения, реализуемого или удовлетворяемого благодаря простому узнаванию» [там же].

Положение, при котором значение, создаваемое говорящим, предполагает приписывание слушателем определенного намерения говорящему, внутренне присуще любой форме коммуникации, начиная с развития речевой способности у детей (когда, например, мать «узнает» в нечленораздельном «ммммм» попытку назвать ее словом «мама»). Наделение лингвистических форм значением социально и ситуативно обусловлено. При этом буквальные значения слов становятся своего рода «величинами по

умолчанию», работающими до тех пор, пока в дискурсе не спровоцированы альтернативные интерпретации. Можно сказать, что сами буквальные значения существуют, пока у коммуникантов имеется консенсус относительно того, что обозначает данное слово или языковая форма. Например, в англоязычном обществе метагендерное использование местоимения “he” (“он”) до недавнего времени считавшееся незыблемым, более не является таковым. Сейчас, употребляя “he” в значении “he and she”, все труднее рассчитывать на то, что данное значение будет правильно истолковано, поскольку в обществе почти не осталось тех, кому не были бы известны дискуссии вокруг андроцентризма данной языковой формы¹⁷.

Таким образом, чтобы использование языковой формы в процессе коммуникации привело к созданию значения, которое говорящий хочет создать, необходимо «сотрудничество» других участников коммуникации, которые должны «узнать» по этой форме его намерение и тем самым «помочь» в создании желаемого значения.

С. МакКоннел-Джине опирается на этот принцип теории Грайса для объяснения механизма (вос)производства сексизма в языке как на лексическом уровне (сексуализация слов, обозначающих женщин), так и в процессе коммуникации [McConnel-Ginet 1998]. Она подчеркивает, что мужчина, который захочет оскорбить ее фразой “*you think like a woman*” («ты мыслишь/рассуждаешь как женщина») преуспеет не потому, что она разделяет это мнение, а поскольку она понимает его намерение, заключающееся не в том, чтобы дать объективную характеристику ее мыслительной способности, а в том, чтобы подчеркнуть ее ущербность как недостаток, свойственный всем женщинам. При этом, как пишет МакКоннел-Джине, «мне даже не нужно знать, каковы в действительности его взгляды; достаточно соотнести его слова с тем,

¹⁷ Подтверждением может служить высказывание литературного критика С.К. Стеда (перевод мой. – Е.Г.): “На первых порах феминистские требования освободить язык от сексизма я попросту игнорировал. Я чувствовал, что, как писатель, должен защищать мое собственное понимание стиля от любых посягательств. Но постепенно жалобы феминистов привели к тому, что то, о чем они говорили, стало реальностью. Настаивая, что родовое “he” не нейтрально, а мужского рода, они добились, что так и стало на самом деле; и теперь, для мужчины-писателя продолжать употреблять “he” значит давать сигнал для неуместных и неправильных выводов – что он не осуждает сексуальное насилие, бьет жену, пренебрежительно относится к женщинам и т.п.” [цит. по: Romaine 1989: 279].

в чем я узнаю (и полагаю, что он хочет, чтобы я узнала) бытующее в обществе мнение» [с. 205].

По той же причине женщине значительно труднее оскорбить мужчину фразой “*you think like a man*” («ты рассуждаешь как мужчина»), поскольку, чтобы воспринять эту фразу как оскорбление, адресат должен знать не только то, что говорящая низкого мнения об умственных способностях мужчин вообще, но и то, что у нее есть основания думать, что он тоже об этом знает: «как бы я не хотела оскорбить кого-то словами, что *она* или *он* рассуждает как мужчина, я не смогла бы этого сделать без опоры на более широкое лингвистическое и культурное знание» [с. 206]. Иными словами, сексистское использование языка способно оскорблять, поскольку говорящий обоснованно полагает, что слушатель имеет доступ к общим лингвистическим и культурным знаниям о мизогинистских стереотипах.

От того, насколько легко узнаваемы намерения отправителя речи, зависит успешность их реализации. При существовании в обществе альтернативных систем взглядов (например, новой эгалитарной и традиционной патриархатной идеологий) легче узнаваемы значения, опирающиеся на систему, которая воспринимается как превалирующая, более известная в обществе. Не случайно даже апологетика нового типа женственности нередко строится «с оглядкой» на традиционные стереотипы (см. гл. 5).

Итак, по Грайсу, для понимания смысла сказанного необходимо «узнать» намерение говорящего. Вокруг вопроса о том, насколько намерения могут предшествовать их артикуляции и до какой степени вообще возможно их узнавание, в последующие годы развернулась критическая дискуссия; проблематизации подверглись и сами понятия, обозначаемые данными терминами. Вместе с тем, идея Грайса об импликатурах как особом типе значения, создаваемом, в частности, путем умозаключений коммуникантов о том, что каждый имеет в виду (*what one means*) под тем, что говорит (*by what*

one says), остается эффективной основой для анализа устной и письменной речи.

Вопрос о том, как передаются разговорные импликатуры (как делается шаг от того, что сказано, к тому, что имелось в виду), Грайс, как известно, конкретизировал через понятие принципа кооперативности – нормы коммуникативного поведения, основанной на ожиданиях коммуникантов. Соблюдение этого принципа предполагает следование *постулату количества* (не будь более информативен, чем нужно); *постулату качества* (истинности); *постулату отношения* (релевантности) и *постулату способа* (избегай двусмысленности, будь краток). Отклонение постулатов способно имплицировать смыслы, не выводимые из буквальных значений [Грайс 1985]. Таким образом, речь идет не о необходимости соблюдения постулатов, а о том, что они являются общими предпосылками коммуникативного поведения, которые могут использоваться для создания импликатур.

Хотя модель создания импликатур была сформулирована Грайсом для устного общения, она широко использовалась для анализа всех форм коммуникации, в том числе в феминистской критике [Christie 2000]. Обращение к этой модели в нашей работе связано с тем, что теория Грайса дает возможность анализировать то, что прямо не сказано (ведь речь идет о подразумеваемом значении, само существование которого может быть подвергнуто сомнению). Она эксплицирует пути создания импликатур и создает основу для их обсуждения. Можно не согласиться с тем или иным прочтением, но принятие этой теории, позволяет его артикулировать и аргументировать, а если оно будет оспорено, создает почву для дискуссии.

3.2.2. Если концепция Грайса помогает понять, как в процессе коммуникации удастся выразить гораздо больше того, что фактически сказано, то теория релевантности Д. Шпербера и Д. Уилсон дает когнитивное обоснование процесса создания контекстуальных импликатур. Шпербер и Уилсон отказываются от понимания языка как кода в том смысле, что декодирование – это процесс восстановления сообщения, возможный

благодаря существованию фиксированной связи между сигналом и смыслом. Традиционная прагматика и теория Грайса исходят из того, что интерпретация высказывания может включать как декодирование (восстановление того, что сказал говорящий), так и инференции (восстановление того, что он имплицировал или имел в виду). Шпербер и Уилсон полагают, что интерпретация состоит только из инференций – движения от предпосылки (языкового знака) к выводу на основе логических умозаключений – включая и процесс обработки того, что было выражено эксплицитно. Например, во фразе “This is men only” получатель должен установить референта местоимения “this” и решить, обозначает ли “men” – мужчин или человека вообще. В предложении “Она женщина и не занимается политикой” союз “и” должен быть лишен двусмысленности – как индикатор каузальных отношений, а не конъюнкции.

Модель Шпербера и Уилсон допускает, что одно высказывание способно передавать несколько разных смыслов¹⁸. Например, если на вопрос Питера “Что ты собираешься делать сегодня?” Мэри отвечает “У меня болит голова”, трудно сказать, что имела в виду Мэри кроме того, что фактически ею сказано. Можно лишь констатировать, что при обмене репликами создан ряд предположений (*assumptions*), которые в большей или меньшей мере манифестированы слушающему¹⁹: Питеру в большей мере ясно, что у Мэри болит голова, и в меньшей – что она планирует делать в течение дня [Sperber, Wilson 1987: 699].

В аспекте лингвистического изучения гендера данное допущение актуально по ряду причин. Во-первых, ввиду полифункциональности языковых форм речевое значение той или иной единицы нередко «выводится» с учетом пола говорящего. Примером может служить эпизод, описанный в одной из работ Д. Таннен, когда в разговоре двух коллег (преподавателей

¹⁸ Исследователи отмечают, что в 70% случаев негативного коммуникативного результата, вызванного когнитивными причинами – на уровне ментальных процессов, речь идет именно о возможности неоднозначной интерпретации высказывания (Афанасьева 2005)

¹⁹ Манифестировать, по Шперберу и Уилсон, значит сделать воспринимаемым или выводимым с помощью умозаключений

американского университета), на реплику женщины «Не забудь зонт» собеседник-мужчина отреагировал ироничным «Спасибо, мама» [Tannen 1990]. Во-вторых, гендер обычно реализуется не изолированно, а во взаимодействии с другими аспектами социальной идентичности. Одна и та же языковая форма может сигнализировать, например, гендер и статус (см. 2.4.7), а новая фамилия женщины, вступающей в брак, – (а) быть символом прочности семейного союза, (б) знаком любви к своему избраннику, нежеланием «обидеть» его, отступив от традиции, (в) сигналом respectable положения замужней женщины [Gritsenko, Voxer, 2005].

По Шперберу и Уилсон, процесс лингвистического кодирования всегда подчинен тому, что они называют «остенсивно-инференциальным» (*ostensive-inferential*) процессом коммуникации. Под инференцией и остенцией понимается один и тот же процесс, рассматриваемый с различных точек зрения: с точки зрения коммуниканта, вовлеченного в процесс остенции (манифестации намерения передать какое-то значение), и аудитории, вовлеченной в процесс инференции (интерпретации высказывания путем умозаключений). Остенсивное поведение содержит два вида информации: (1) некие данные (факты, символы, языковые формы) и (2) намерение передать эти данные. Оно воспринимается аудиторией как гарантия того, что сказанное является релевантным, т.е. автоматически сообщает некоторую презумпцию относительно своей существенности. Именно предположение о релевантности, по мнению Шпербера и Уилсон, «запускает» процесс интерпретации высказывания [Sperber, Wilson 1986; 1995: 50 – 54]. При этом в отличие от традиционных прагматических теорий, в рамках которых (1) целью коммуникации является передача значения (содержания) говорящим слушателю, (2) коммуникация считается успешной, если значение (замысел) говорящего передан, т.е. правильно понят слушающим, в парадигме Шпербера и Уилсон коммуникация может осуществляться в большей или меньшей степени и не отождествляется с передачей значения говорящего. Они подчеркивают, что передать/сообщить что-то (*to communicate something*) и

иметь что-то в виду (*to mean something*) – не одно и то же: в процессе коммуникации может передаваться и то, что, строго говоря, не имелось в виду. Аналогичную мысль высказывал И. Гоффман, различавший информацию, сообщаемую преднамеренно (*information given*) и непреднамеренно (*information given off*), а также исследователи, различающие «коммуникативный материал», т.е. то, что сообщается в соответствии с интенцией автора, и «информативный материал» – то, что может быть воспринято независимо от того, хотел ли этого говорящий [Макаров 2003:35].

Данный тезис важен при изучении языка и гендера, поскольку гендерные смыслы могут передаваться без явного намерения, а иногда и вопреки желанию говорящего. Например, прямота Терезы Хайнц Керри в ходе президентской кампании 2004г. в США воспринималась многими как индикатор неженственности, а вербальный стиль ее супруга, кандидата от демократов Дж. Керри интерпретировался как «немужской». Поскольку всякое понимание согласуется не только с интенцией отправителя, но и с установкой получателя, стремление Керри создать маскулинный образ сильного лидера натолкнулось на препятствие в форме стереотипных представлений о «мужском языке», ср: *“Это такое типично американское понимание маскулинности, что если вы интеллектуал, прочли много книг и ваша речь выдает это, вас сочтут феминизированным. Что вы-де начнете болтать и юлить, когда придет время больших решений”*²⁰ (<http://www.alternet.org/story/18666>)

Важным элементом теории релевантности, перспективным для анализа языкового конструирования гендера, является трактовка контекста как психологического конструкта.

Проблематичность понимания контекста как априорно заданного элемента высказывания демонстрирует эксперимент, в котором двум группам англичанок с различным культурным и образовательным уровнем был

²⁰ “It’s a particularly American definition of masculinity that, somehow, if you are intellectual and have a lot of books learning and talk in ways that make that clear, then you are feminized. You are seen as someone who could waffle when it comes to make a big decision”.

показан видеоклип, снятый британском телевидением для программы о феминистской политике. В этом клипе Эмма Николсон (член британского парламента от консервативной партии), приближаясь к зданиям Парламента, рассказывает историю о том, как в детстве пришла в Карлтон клуб, чтобы найти отца и, увидев его, разговаривающим с дядей (лорд-канцлером) и еще одним близким родственником (членом Парламента) в красивом зале, поспешила туда со словами «А вот и я». Трое мужчин, вскочив со своих мест, бросились к ней, повторяя “*Get out, get out. This is men only*” («Уходи, уходи. Это только для мужчин»). Участниц эксперимента попросили ответить на вопрос, что имела в виду Николсон под словом “*this*” («это») и получили три разных ответа: (а) место где-то в Парламенте, (б) какой-то зал заседаний и (в) Карлтон клуб [Christie, 2000: 3 – 7]. Очевидно, что респондентки, указавшие, что *this* – это Парламент, опирались на визуальный контекст; вторая группа – на ассоциации, связанные с лингвистическим окружением (упоминание в рассказе слова «зал») и визуальными образами; а те, кто ответил, что *this* означает Карлтон Клуб, исходили из лингвистического контекста и культурных знаний.

Данный пример показывает, что выбор контекста является необходимой частью обработки не только имплицатур, но и эксплицатур высказывания, при этом контекст не задан заранее, а выбирается (конструируется) в момент интерпретации с опорой на различные источники – лингвистическое окружение, визуальные образы, культурные знания, социальные нормы, фреймы, сценарии, стереотипные ситуативные типы, мнения коммуникантов [Sperber, Wilson 1995: 137].

Вторым ключевым элементом теории релевантности является понятие «когнитивной среды» (*cognitive environment*), которое определяется как «набор всех фактов, манифестированных индивиду», будь то истины или мнения. «С когнитивной точки зрения, – утверждают Шпербер и Уилсон, – ошибочные допущения неотличимы от подлинных фактических знаний так же, как оптические иллюзии могут быть неотличимы от того, что мы действительно

видим» [1986: 39]. Иначе говоря, когнитивная среда – это «набор допущений, которые индивид может мысленно представить себе и принять как истинные» [1986: 46]. Цель отправителя речи – воздействовать на когнитивную среду партнера по коммуникации. Цель получателя речи – улучшить свое понимание мира, дополнив его значимой информацией, произвести так называемые «достройки внутреннего мира» (В.Д. Демьянков).

Понятие когнитивной среды сопоставимо с трактовкой концептуальной системы как основного контекста интерпретации у Р.И. Павлениса [1986: 386] и «непрерывно конструируемой и модифицируемой динамической системы данных (представлений, мнений, знаний)» у О. Л. Каменской [Каменская 1990: 19] (ср. также *«единая информационная база»* [Залевская 1985: 155]). Это своего рода «ассумптивный универсум» (А.Е. Бочкарев), включающий не только непосредственные знания индивида и его предположения об окружающем мире, но также все потенциально допустимые умозаключения, которые могут быть сделаны на основе этих знаний и/или допущений. Хотя у двух разных людей не может быть совершенно одинаковой когнитивной среды, они могут пересекаться – в смысле наличия фактов, мнений и допущений, манифестированных и тому, и другому. Общность когнитивной среды не означает, что два человека будут делать одинаковые умозаключения, но предполагает такую возможность.

По Шперберу и Уилсон, в процессе коммуникации участники обращают внимание на то, что является для них релевантным, чтобы совершенствовать свое представление о мире с помощью так называемого «дедуктивного механизма», который моделирует систему, используемую коммуникантами в процессе умозаключений. Подробное описание того, как это происходит, не входит в задачи нашей работы. Отметим лишь, что, согласно их теории, умозаключения основываются на комбинации допущений, источниками которых являются, с одной стороны, визуальное, аудитивное и лингвистическое восприятие («новая информация»), а с другой, – данные уже обработанные дедуктивным механизмом и хранящиеся в энциклопедической

памяти («старая информация»). Процесс интерпретации высказывания представляет собой синтез этих двух типов информации, где уже обработанная информация служит контекстуальным фоном для обработки новой: «логический вывод, основанный на соединении новой информации {P} и старой информации {C} – это контекстуализация {P} в {C}» [1986: 108]. Там, где контекстуализация приводит к выводам, которые невозможно было бы сделать лишь на основе старой или лишь на основе новой информации, речь идет о «контекстуальных импликациях».

Контекстуальным импликациям принадлежит важная роль в дискурсивном конструировании гендера. Процесс их создания можно проиллюстрировать следующим примером. На семинаре «Гендер, нация, идентичность» в Центрально-Европейском университете (2000г.) замечание одной из российских участниц о том, что в ходе президентской предвыборной кампании информация о пластической операции Г. Явлинского была использована против него как имплицитующая недостаточную маскулинность, вызвала крайнее недоумение коллеги из Израиля, который никак не мог понять, почему в России нельзя считаться настоящим мужчиной, если ты сделал себе пластическую операцию. Между тем в России этот предвыборный ход сработал, как задумано: в акте интерпретации новая информация (1) «Явлинский сделал пластическую операцию», контекстуализованная на основе стереотипного мнения, что (2) «Пластические операции делают женщины, чтобы выглядеть моложе/привлекательнее», привела к созданию контекстуальной импликации (3) «Явлинский поступил как женщина». Поскольку гендерные предубеждения этнически специфичны (в менталитете израильтян не оказалось аналогичного стереотипа), информация о пластической операции не была воспринята как гендерно релевантная и контекстуальная импликация не была создана.

Хотя логическим выводом из теории Шпербера и Уилсон является то, что интерпретация в большей мере определяется доступом к релевантным контекстуальным посылкам, нежели самой языковой единицей, очевидно, что

для «запуска» процесса интерпретации нужно, чтобы форма высказывания повышала ожидания релевантности. Поэтому, чтобы быть адекватно воспринятым, отправитель речи сообразуется с представлениями об адресате, предполагая, доступны ли ему те контекстуальные посылки, которые необходимы, чтобы понять передаваемое значение; оформлено ли высказывание так, чтобы активизировать нужные контекстуальные посылки и т.д. В этой взаимной направленности когнитивной деятельности адресата и адресанта заключается диалогичность любой формы коммуникации.

Несмотря на то, что отдельные положения и общий замысел теории релевантности не лишены противоречий [Chametsky 1992; Goraiska and Lingsay 1993], ее практическая ценность для гендерной лингвистики состоит в том, что она дает возможность моделировать речемыслительную деятельность, лежащую в основе конструирования гендера в различных ситуациях – неформальной беседе, политической рекламе, литературном тексте и т.д. Сформулированное ими понимание контекста как психологического конструкта логично соотносится с тезисом С. Хиршауэра о дискретном характере процесса конструирования гендерной идентичности, исключаящем его имманентное проявление в речевом поведении независимо от контекста [Hirschauer 1993], и поясняет термин «градуированная релевантность», предложенный для описания процесса конструирования гендера Х. Коттхофф [Kotthoff 1996].

Гендерные знания (представления о том, что значит быть мужчиной и женщиной в данной культуре) являются частью когнитивной среды, из которой черпаются посылки при выборе контекста интерпретации. При этом, если учесть, что гендер концептуализируется как набор допущений, мнений и т.д., которые по-разному манифестированы индивидам в соответствии с тем, как они представляют себе мир (что, разумеется, имеет прямое отношение к жизненному опыту), мы получаем более гибкую модель для рассмотрения отношений между гендером и вербальной деятельностью коммуникантов. Эта модель, в частности, предполагает, что мужчины и женщины различаются не

тем *как* они рассуждают, а тем *из каких посылок* они исходят в своих рассуждениях.

Такой подход используют Д. Камерон, Ф. Макалинден и К. О'Лири, анализируя экспериментальный материал по разделительным вопросам, собранный Дж. Холмс [Cameron, McAlinden, O'Leary 1988]. Холмс, как известно, связывала различия в употреблении того или иного типа вопросов с гендером коммуникантов: мужчины более ориентированы на референциальные функции языка, т.е. передачу информации; женщины более ориентированы на аффективные функции языка, т.е. передачу чувств, отражение социальных отношений. Анализ Камерон и ее коллег показал, что определенный тип вопросов, направленных на поддержание беседы и приглашение вступить в разговор и употребляемых преимущественно женщинами, в одной из серий эксперимента активно использовался некоторыми мужчинами. Исследователи предположили, что эти мужчины знали, что их разговор записывается, и объяснили их поведение стремлением привлечь к разговору других участников, чтобы получить как можно больше данных для эксперимента. Иначе говоря, осознанно или неосознанно эти мужчины взяли на себя роль «женскую» роль «фасилитатора» – того, кто помогает/облегчает/способствует процессу коммуникации.

Работа Камерон, Макалинден и О'Лири стала катализатором тезиса о том, что гендер как конечное объяснение особенностей речевого поведения не обладает достаточной объяснительной силой («сам нуждается в объяснении»), и показала слабую сторону исследований, концентрирующихся на тенденциях употребления, а не анализе отношений между *использованием языка, пользователем и контекстом*.

Изучение вербального поведения мужчин и женщин должно включать анализ того, какие позиции/роли принимают коммуниканты и как эти роли могут быть связаны с гендером. Данную мысль подчеркивает К. Уэст, заявляя, что «вопрос не в том, какие конкретные формы используют женщины (например, разделительные вопросы), но в той конкретной прагматической

работе, которую способны выполнить эти формы (в плане демонстрации установок/намерений говорящего), *а также* в нормах ассоциируемых с распределением этой работы между мужчинами и женщинами» [West, Lazar, Kramarae 1997: 132]. В этом смысле когнитивно-прагматический подход создает оптимальные условия для анализа гендера не как имманентной природной данности (набора постоянных сущностных признаков индивида), а как динамичного, ситуативно и контекстуально обусловленного культурного феномена, отраженного в языке и (вос)производящегося в коммуникативной интеракции.

3.2.3. Теория значения Грайса и теория релевантности Шпербера и Уилсон содержат общетеоретические принципы трактовки импликатур как информации, требующей интерпретативных усилий слушающего и предполагающей возможность неоднозначного понимания. Развитие теории имплицитности в отечественной лингвистике позволило уточнить, что может быть источником сведений, которые не передаются в явном виде; каковы механизмы их извлечения и как следует учитывать особенности имплицитно передаваемой информации в прикладных направлениях языкознания.

В частности, была разработана типология смысловых импликатур [Фролкина 1999], среди которых наиболее значимыми с точки зрения языкового конструирования гендера представляются культурные и прагматические. Культурные смысловые импликатуры ориентированы на владение коммуникантами нормами общения в данном языковом сообществе и разделение ими общих фактических знаний, связанных с культурной традицией общества. Речь идет, в частности, о прецедентных текстах – материалах фильмов, анекдотов, часто повторяемых в обществе фразах и высказываниях, которые становятся речевыми клише – «стереотипами дискурса» [Брагина 1999]. Прагматические импликатуры определяются характером взаимоотношений между коммуникантами, их статусными положениями, различного рода речевыми интенциями.

ИмPLICITНЫЕ смыслы дифференцируются на пропозициональные, которые могут быть эксплицированы предложением, и субъективно-модальные, актуализируемые в речи прежде всего с помощью интонации – категоричность, смягчение, удивление, заинтересованность, разочарование и т.п. [Муханов 1999]. Разграничивают имPLICITность лексической информации, возникающую в тексте, и имPLICITность, связанную со словарным значением.

Установлено, что источником имPLICITной информации могут быть единицы всех уровней языка: фонетического (просодия), морфологического (в том числе транспозиция граммем и имPLICITная передача оттенков значения), лексического (главным образом неденотативные компоненты значения, например, культурные коннотации как «область имPLICITных конвенциональных знаний», ассоциативные связи слова, факультативные компоненты значения) и актуализация слова в контексте [Борисова 1999].

Отмечена ключевая роль имPLICITной информации в языковом манипулировании сознанием, т.е. в использовании особенностей языка и принципов его употребления с целью скрытого воздействия на адресата в нужном для говорящего направлении [Борисова, Пирогова, Левит 1999]. Ниже (гл. 5) будет показано, как гендерные имPLICИТАТУРЫ, источником которых являются эмоциональные/оценочные/ассоциативные значения слов и иные «выводы» смысла из семантики языковых форм и общего контекста, связаны с воздействием на читателя (избирателя) в предвыборном дискурсе.

3.3. Стилистическая модель

Термин «стиль» в гендерной лингвистике до некоторой степени «скомпрометирован» длительной традицией эссенциалистского употребления в рамках теории «двух культур», и многие современные исследователи, стоящие на конструктивистских позициях предпочитают говорить о «языковых формах манифестации гендерных предпочтений» (Дж. Пуджолар), «лингвистических практиках гендерных групп» (М. Бухолц), «гендерно-

уместном использовании языка» (С. Галл) и т.п. С другой стороны, в отечественной лингвистике термином «стиль» нередко подчеркивают конструируемый характер гендера как социо-культурного феномена, ср: «...представляется более правильным говорить не о мужских и женских жестах, мимике, позах и т.д., а о мужском и женском стилях невербального поведения, которые могут быть свойственны людям обоих полов» [Крейдли 2002: 15].

Как известно, еще Р. Лакофф сформулировала концепцию «женского языка» – регистра или стиля, характеризующегося употреблением аффективных прилагательных, восходящего тона в повествовательных предложениях, разделительных вопросов и форм выражения неуверенности и т.п. Результаты последующих экспериментальных проверок «гипотезы Лакофф» сводились к тому, что не все женщины используют женский язык и не все пользователи женского языка – женщины. Данное обстоятельство, однако, не остановило исследователей, которые продолжали выдвигать альтернативные идеи относительно особенностей женского коммуникативного стиля и его отличий от стиля мужчин. Ярким примером служит гипотеза о том, что женщины более склонны к сотрудничеству в коммуникации и более внимательны к потребностям лица адресата [Coates 1988; Tannen 1990; Johnstone, Ferrara, Bean 1992; Holmes 1995], которая использовалась для объяснения таких экспериментально выявленных дискурсивных особенностей женской речи, как смягчающие речевые формулы; фасилитативные вопросы; минимальные реплики, выражающие заинтересованность и внимание; синхронная речь как сигнал солидарности и поддержки и т.п.

Таким образом, на основе традиционных стереотипов и не без влияния научных трудов и популярной психологической литературы в обыденном сознании сложилось определенное представление о женском и мужском стилях общения, используемых как эталон при оценке соответствия речи индивида культурным представлениям о мужественности и женственности. По аналогии с термином «социолект», был даже создан термин «гендерлект»

(единый обусловленный полем вариант языка), однако уход от глобальной категории «женщина» (перенос акцентов на уникальный опыт различных групп женщин) и осознание нецелесообразности универсализации в гендерных исследованиях (обращение к изучению локальных гендерных практик) привели к тому, что от данного термина отказались. Вместе с тем, большинство ученых считают возможным говорить о стилистических особенностях мужской и женской речи, а многие исследования языкового конструирования гендерной идентичности фактически ведутся в рамках стилистической парадигмы.

Понятие стиля в различных лингвистических школах трактуется по-разному. В зарубежной лингвистике в сопоставимых значениях используются термины «вариант», «стиль» и «регистр». Единства в их определении не существует, хотя чаще всего «вариант» определяется как нейтральный или включающий понятия «регистр» и «стиль», которые, в свою очередь, либо трактуются как кореферентные, либо разводятся по признаку применимости: например, «регистр» определяется как вариант языка, обусловленный сферой употребления и социолингвистическими параметрами, в то время как «стиль» акцентирует функциональную направленность на шкале официальное – неофициальное.

В последние годы (с развитием теории коммуникации и когнитивной лингвистики) наметилась тенденция к более многомерной трактовке стиля. Например, А. Белл [Bell 1997] полагает, что стиль определяется ориентацией на адресата (*audience design*), т.е. стилистический выбор мотивирован в основном оценкой того эффекта, который определенные языковые формы произведут на определенную аудиторию (*responsive styleshift*). Наряду с этим возможны и инициативные стилевые переключения, когда индивид творчески использует языковые ресурсы вне зависимости от характера аудитории (*initiative styleshift*). Характерным примером такого использования языка, привлекающим в последние годы повышенное внимание лингвистов, является *crossing* – присваивание говорящим языковых форм, сигнализирующих

идентичность Другого [Rampton 1995]. По сути речь идет о том, что М. Бахтин называл стилизацией, т.е. о принятии/присвоении голоса явно отличного от обычного или ожидаемого.

Пример манипулятивного использования элементов женского языка в коммерческих целях дается в статье Киры Холл, которая акцентирует перформативную природу гендера и вносит существенные коррективы в понятие власти в языке [Hall 1995]. Анализируя лингвистические особенности сексуально-романтических бесед с клиентами по телефону (выбор слов, интонаций и т.п.), Холл последовательно избегает термина «стиль», предпочитая говорить о «сексуальном языке», «медоточивой речи» (*sweet talk*), «вокальной» и «вербальной женственности» и т.п.

П. Экерт, напротив, связывает индивидуальные и групповые особенности речи как элемент конструирования социальной идентичности, частью которой является гендер, с понятием стиля, сравнивая его с составлением коллажа: стилистический агент «присваивает» разнообразные ресурсы широкого социолингвистического ландшафта, по-новому комбинируя их, чтобы представить желаемый образ. В ее понимании стиль – это часть персоны, которой говорящий хочет быть. При этом стиль не статичен, он возникает в социальной практике и связан с ней. Девочка-подросток, которая сквернословит в школе, может выражать протест против навязываемых норм поведения, демонстрировать солидарность с матерью (имитируя ее речевую манеру) или пытаться отгородиться от «примерных» одноклассников [Eckert 1996].

С точки зрения Экерта, говоря о стиле, мы соотносим элементы вербального поведения с их социальным значением. В ее понимании «каждый речевой акт есть, по определению, стилистический акт» (с чем не всегда можно согласиться). Гендер – это ограничение, накладываемое на стилистический выбор, а понятие стилистического варьирования напрямую соотносится с перформативностью, ср: «стиль – это то, что мы делаем и как мы это делаем. Это не фасад, за которым стоит настоящее “я”, а манифестация,

посредством которой персона представляет себя миру» [Eckert, McConnell-Ginet 2003: 306]. Как видим, стиль становится своего рода метафорой самопозиционирования и покрывает всю речевую деятельность индивида,

Таким образом, на сегодняшний день в гендерной лингвистике сложилось положение, когда исследования одного и того же феномена – специфики вербального поведения как способа конструирования гендерной идентичности – получают различное терминологическое осмысление. Представители вариационистской лингвистики (П. Экерт, Д. Таннен, Дж. Коутс и др.) используют для этой цели понятие «стиль», а ученые, связанные с антропологической традицией и этнографией речи (К. Холл, М. Бухолц, С. Галл, Дж. Пуджолар, С. Кислинг и др.), предпочитают альтернативные терминологические формулы. Причиной отчасти является многомерность самого понятия «стиль», размывающая его сущностные характеристики. Встает вопрос о гибкой лингвистической теории стиля, санкционирующей существующую де факто взаимозаменяемость терминов «стиль» и «язык» при изучении гендерных особенностей вербального поведения, в рамках которой было бы правомерно:

- 1) обсуждать индивидуальные и групповые особенности речи, а также рекуррентные языковые манифестации, детерминированные параметрами ситуации общения;
- 2) наряду с традиционными критериями выделения стилей предусмотреть возможность членения неоднородной «субстанции» языка по признаку пола;
- 3) учесть, что гендер является параметром переменной релевантности и, как причина языковой вариативности, обычно «работает» в совокупности с рядом других социолингвистических переменных (статус, возраст, этничность и др.);
- 4) обосновать существование наряду со стереотипно постулируемой дихотомией мужского и женского стилей потенциально открытого числа

языковых манифестаций гендера (перформативность стиля как элемента конструирования идентичности);

5) принять во внимание, что лингвистические единицы, модели и стратегии, приписываемые «мужскому» и «женскому» языку недискретны и обладают свойством пересекаемости (полифункциональность языковых форм).

Необходимость такой теории вызвана не только потребностью в терминологической унификации, но и стремлением к более четкому определению лингвистического статуса изучаемого феномена.

Оптимальной для данных целей представляется теория стилистики как лингвистики субъязыков [Скребнев 1975, Skrebnev 1994]. В данной теории стиль есть понятие, производное от понятия субъязык, который определяется как подсистема языка, обслуживающая потребности конкретной речевой сферы и/или ситуации общения, т.е. определенным образом упорядоченная и соотнесенная с внеязыковой (социальной) реальностью совокупность языковых единиц и форм/моделей их употребления. Тот факт, что сфера (ситуация) общения является основой для выделения субъязыка (и, соответственно, стиля), обеспечивает необходимую для гендерных исследований «привязку» речевого поведения к конкретному социальному контексту. В такой трактовке понятие «субъязык» сопоставимо с более привычным для гендерной лингвистики понятием речевой практики

Любой субъязык с необходимостью включает единицы трех типов: неспецифические – те, что встречаются во всех субъязыках; относительно специфические – те, что встречаются в двух или нескольких субъязыках; и абсолютно специфические – те, что встречаются только в нем и не присущи иным регистрам. Стиль – это абсолютно специфическая область субъязыка или то, что отличает данный субъязык от всех других. Отсюда следует полезный с точки зрения исследовательской практики вывод, что под вербальным стилем понимается не все, что говорит индивид, а лишь отличительные особенности его/ее речи.

То, что субъязык обслуживает потребности определенной сферы/ситуации общения не может препятствовать выделению мужского/женского языков как гипотетических культурных конструкторов, поскольку в прагматике адресат/адресант рассматриваются как основные компоненты ситуации общения. Более того, по Ю.М. Скребневу, количество субъязыков (как объектов лингвистического анализа) ничем не ограничено и определяется научными приоритетами самого исследователя (разумеется, в рамках прагматической целесообразности: гипостазируемые сферы должны обладать как социальной, так и собственно лингвистической ценностью).

Следует подчеркнуть, что концепция субъязыков как арбитральных установлений не противоречит традиционной концепции стилей и, более того, мотивирует нередко наблюдаемое выделение системы стилей по логически несовместимым наборам признаков (ср. несоотнесенность таких понятий как мужской/женский стиль, разговорный стиль, стиль Пушкина и т.п.).

Тезис о количественной неопределенности субъязыков в языке, в рамках которого фактически признается право исследователя на собственное членение языковой материи в соответствии с поставленной научной задачей, особенно актуален на современном этапе развития гендерных исследований, когда признается, что гендер конструируется по-разному в разных контекстах. Он создает методологическую основу для активно ведущегося зарубежными и отечественными учеными поиска лингвистических манифестаций не «мужественности» или «женственности» в единственном числе, а «мужественностей» и «женственностей» во множественном.

Важно, что выделение субъязыков не предполагает их непересекаемости. Напротив, подчеркивается, что субъязыки не дискретны, они накладываются друг на друга в своих неспецифических и относительно специфических областях, что ни в коей мере не отменяет правомерности выделения субъязыка как категории лингвистического анализа. При таком подходе полифункциональность лингвистических форм/моделей и возможность их

использования как женщинами, так и мужчинами не отменяют правомерности анализа их гендерной специфики в конкретной ситуации (контексте).

Еще одним важным положением теории субъязыков и стилей является тезис о множественности нормы в языке, выдвинутый в противовес пониманию стиля как отклонения от нормы. Напомним, что к феномену нормы неоднократно обращались те, кто критиковал Р. Лакофф, утверждая, что описание женской речи как слабой и безвластной имплицировало трактовку мужского языка как нормы, а женского как девиантного, т.е. отклонения от нормы.

Трактовка гендера как социального конструкта исходит из понимания языковой нормы, согласно которому в любой специфической сфере применения языка (в науке, политике, уголовном мире, беседах с детьми, в молодежной среде и т.п.) есть свои нормы, которых придерживаются. Речь идет о «лингвистических практиках, включенных в *нормативное* (курсив мой. – Е.Г.) конструирование гендера» [Code 2000: 228], то есть подчеркивается, что гендерная специфика речевых практик связана с конвенциональными представлениями о том, какое вербальное поведение уместно для мужчины или женщины в той или иной ситуации (или культуре).

Изложенные принципы дают возможность четче определить сущность стиля и обосновать множественность его проявлений. Они позволяют использовать единую модель как для анализа взаимодействия языка и гендера в каждодневных социальных практиках речевых сообществ (*communities of practice*), о котором писали П. Экерт и С. МакКоннел-Джине, так и для описания языкового конструирования гендера в речевых действиях конкретного индивида. Объектом рассмотрения при этом могут быть черты, стереотипно соотносимые с «мужским» и/или «женским» языком, и то, что реально говорят конкретные мужчины и женщины или, в терминологии Д. Камерон, «эмпирические» и «символические» конструкты мужественности и женственности [Cameron 1998].

Идет ли речь об индивидуальных или групповых гендерно значимых стилистических практиках, важно, чтобы конституирующие элементы стиля были «узнаваемы» и понятны, т.е. опирались на известные или использованные ранее элементы (повторяемость/цитатность, по Дерриде и Батлер). Покажем практическое применение данной модели на примерах. Хотя не все авторы упоминаемых ниже работ апеллируют к понятию стиля, с лингвистической точки зрения внимание сосредоточено именно на нем.

(1) М. Бухолц рассматривает новые типы женственности на примере калифорнийских старшеклассниц, которых объединяет «мужское» увлечение компьютерами [Bucholtz 1996]. Стремясь отстраниться от традиционных интересов сверстниц и патриархальных стереотипов женственности в пользу интеллектуальных занятий, они гордятся своими академическими успехами и независимыми взглядами и конструируют новый тип идентичности – компьютерных фанаток (*female geek identity*) – важной частью которого является язык. В частности, на фонетическом уровне девушки последовательно избегают произносительных особенностей «крутого калифорнийского» стиля, который используют их «правильные» сверстники, и произносят с придыханием звук [t] в конечной [ju put^h] и в интервокальной позиции [but^h e], где согласно нормам американского английского произносится звонкое [d]. Придыхательная артикуляция [t], стереотипно ассоциируемая с британским английским, становится важным стилистическим ресурсом – маркером «взрослой» речи. Консервативные престижные черты британского английского используются девушками сознательно – не столько для того, чтобы обозначить свой особый статус в подростковой среде, сколько затем, чтобы вообще отмежеваться от подросткового мира с его тривиальными увлечениями и потребностями.

(2) Объектом исследования Кин Зан является речь «китайских яппи» – служащих иностранных коммерческих фирм, для которых характерен более космополитичный (отличный от местных диалектов) вариант китайского [Zhang Qing 2001]. У мужчин и женщин яппи дистинктивные признаки нового

стиля проявляются в разной степени, и гендерные особенности развития карьеры (мужчины начинают в основном с работы в сфере продаж, а женщины – в делопроизводстве и представительской сфере) играют в этом не последнюю роль. Одно из фонетических расхождений касается ротацизации фрикативных согласных в интервокальной позиции и добавлением *r* после гласных в конце слова. Эта черта ассоциируется с речевой манерой полумифической фигуры типичного пекинца, непотопляемого бойкого говоруна, который убедит кого угодно и в чем угодно. Она является общей для речи служащих обоего пола в государственных коммерческих корпорациях. У мужчин-яппи эта местная фонетическая особенность сохраняется в меньшей мере, тогда как женщины-яппи ее избегают. Причиной является то, что если ассоциация с образом непотопляемого говоруна может оказаться полезной для имиджа делового мужчины, для женщины, стремящейся сделать карьеру в глобальной экономике, они рискованны и нежелательны. Деловая женщина-яппи может быть разговорчивой, но авантюризм и напористость, ассоциируемые с фигурой пекинского говоруна, в ее позиции воспринимаются как неуместные.

Отмечается также, что мужчины и женщины яппи импортируют в свою речь тоновую особенность неконтинентальных диалектов китайского в Сингапуре, Гонконге и на Тайване – регионах, лидирующих на глобальном рынке. В пекинском диалекте неударные слоги теряют дистинктивный тон, становясь нейтральными; в неконтинентальных диалектах эти слоги сохраняют свой тон, придавая речи ритм стаккато. Эта черта в китайском языке стойко ассоциируется с глобальным рынком. Женщины-яппи используют ее намного чаще, чем мужчины, и в целом их произношение более четкое. Такой стиль речи акцентирует образ новой деловой женщины.

Речевые стили пекинских яппи – часть социальных изменений, поскольку избирательное использование ими местных и неместных языковых особенностей является инструментом конструирования гендерно-нечуждой персоны, занявшей новую социальную нишу. При этом эффект использования тех или иных языковых форм определяется историей этих

элементов и социальными типами/фигурами, с которыми они ассоциируются.

(3) С позиций, более близких к идеям У. Лабова, подходит к вопросам стилистического моделирования Д. Камерон, рассматривая социолингвистические характеристики коммуникативного стиля, предписанного работникам телефонной справочной службы в Англии для разговора с клиентами в рабочее время [Cameron 2000]. Его характерные особенности представлены двумя основными группами. Во-первых, это суперсегментные характеристики – такие, как качество голоса (сотрудникам рекомендуют всегда говорить с улыбкой: хотя клиент ее не видит, но чувствует по общему тону) и экспрессивная интонация, подчеркивающая интерес и внимание. Во-вторых, – различные способы управления интерактивным речевым взаимодействием: операторам рекомендуют избегать прерываний (наложения речевых фрагментов), часто употреблять минимальные реплики выражения заинтересованности и внимания («*вот как*», «*да*», «*понятно*»), задавать открытые вопросы (в том числе разделительные), выдерживать паузу, чтобы дать клиенту собраться с мыслями и т.д. Как справедливо указывает Д. Камерон, эти особенности соответствуют стереотипным символическим маркерам «женской» речи.

Данный стиль характерен для профессиональной коммуникации персонала с клиентами и в других секторах сферы обслуживания, что подтверждают приводимые в статье фрагменты из корпоративных пособий и профессиональных должностных инструкций, требующих, чтобы речь сотрудников была ориентирована на проявление «эмоциональной искренности, сочувствия и тепла» [Cameron 2000: 323 – 347].

Эмоциональность дискурсивно конструируется как женская сфера. Мысль Камерон заключается в том, что стилистические особенности профессиональной речи в сфере услуг конструируют сотрудника как квази-феминную персону, хотя гендерная маркированность данного стиля нигде/никогда не эксплицируется: официально он обозначает «хорошее обслуживание», а не женственность. В этой связи Камерон считает

возможным говорить о «скрытых гендерных смыслах» (*covertly gendered meanings*) и подчеркивает, что выявленная стилистическая аналогия не случайна: присвоение норм женского языка в секторе услуг глобальной экономики связано с социальной ролью женщины (заботиться, помогать, обслуживать). Любопытным подтверждением идеи о скрытой гендерной маркированности стиля общения с клиентами, предписываемого работникам сферы услуг, является жалоба группы женщин-служащих сети супермаркетов *Safeway* в Калифорнии по поводу программы «супер-обслуживание», внедряемой их руководством. Они отмечают, что проявление дружелюбия, искренней заинтересованности и стремления идти навстречу желаниям клиента воспринималось многими клиентами-мужчинами как «сигнал романтического интереса» и провоцировало соответствующее поведение с их стороны [Grimslev 1998].

(4) Осознание гендера как социального конструкта, допускающего множество различных проявлений, создало базу для его интерпретации, вне рамок жесткой дихотомии. Бонни МкИлхинни, наблюдая за работой женщин-полицейских (выполняющих традиционно «мужскую» работу), обнаружила, что у них формируется особый бесстрастный стиль общения, специфику которого определяет эмоциональная отстраненность и избегание форм выражения сочувствия (*economy of affect*). Хотя данный стиль явно не подпадает под категорию «женский», сами участницы исследования не классифицировали его как «мужской», предпочитая термин «профессиональный» [McIlhenny 1995]. Этот тип дискурсивных стратегий, МкИлхинни определила через понятие «лица» (по Гоффману) как *facelessness in face-to-face interaction* («обезличенное межличностное общение»). Данный коммуникативный стиль направлен, в частности, на предотвращение неуместных апелляций к полицейскому не как к представителю закона, а как к мужчине или женщине. Аналогичный стиль используют и более молодые мужчины-полицейские, тогда как их старшие по возрасту и менее образованные коллеги придерживаются традиционно «мужского» типа

поведения, ориентированного на проявление физической силы и большей эмоциональной агрессии в общении. Лишь единицы женщин-полицейских характеризовались коллегами (мужчинами и женщинами) как маскулинизированные, причем причиной этому служила не их внешность, а вербальное поведение: слишком вспыльчивы, некорректно ведут себя с людьми, употребляют в речи много вульгаризмов. Таким образом, лица с вполне женственной внешностью не воспринимались как таковые из-за несоответствующего стиля общения, что еще раз подчеркивает роль языка как средства конструирования гендерной идентичности.

Разумеется, лингвистическое изучение гендера в рамках стилистической модели не ограничивается лишь устной речью (исследованиями вербального коммуникативного стиля). Традиционно объектом стилистического анализа являются литературный и другие типы текстов. В последние десятилетия отмечается тенденция к растущей контекстуализации стилистических исследований – установлению связей между текстами и идеологиями, которые продуцируют их и продуцируются ими. В то же время сближение литературной критики с критикой культуры существенно расширяет спектр текстов, становящихся объектом стилистического анализа, куда включаются фрагменты из фильмов, телепрограмм, тексты популярных лирических песен, рекламных объявлений, газетных и журнальных статей и пр.

В изучении гендера стилистика все больше сближается с дискурс-анализом: в обоих случаях обращается внимание на то, как циркулируют и (вос)производятся в текстах культуры гендерные идеологии (дискурсы, по Фуко) и как лингвистические стратегии позиционируют читателя в данных дискурсах.

Идеи и принципы гендерной теории в стилистике наиболее полно отражены в работах Сары Миллз [Mills 1995; 1996], которые значительно расширяют контекстуальные параметры традиционной стилистики, включая в модель стилистического анализа помимо текста и автора, историю текста, его отношение к другим текстам, а также к читателям. Миллз обращает особое

внимание на то, как язык текста сигнализирует способ его прочтения и каким образом это «доминантное прочтение» определяется гендерными идеологиями. К идее «доминантного прочтения» текста мы обратимся при анализе гендерного позиционирования читателя в предвыборном дискурсе (см. гл. 5).

3.4. Амбивалентность языка как средства конструирования гендера

Стилистическая (и любая иная) интерпретация предполагает контекстуализацию языковых сигналов в когнитивную среду – знания, посылки, установки, обеспечивающие возможность ориентации в окружающем мире. Интерпретируемость сигнала возможна только в рамках заранее обусловленной системы интерпретации – набора видов и форм представления результата. Конструирование гендерных смыслов (в самой общей форме) происходит путем соотнесения языковых моделей, форм и единиц с подвергшимися ментальной обработке данными, хранящимися в энциклопедической памяти, в частности, в форме оязыковленной системы взаимосвязанных гендерных категорий, посредством которой осуществляется «набрасывание смысла». Таким образом, отражая и формируя социальную реальность, язык выступает в роли *инструмента* и *фона* конструирования гендера в социальной практике.

Обе роли наглядно иллюстрирует упоминавшееся выше кросс-культурное исследование мотивов смены/сохранения фамилии женщинами, выходящими замуж. Выбор имени – это акт конструирования гендерной идентичности, способ объяснить себе и другим самое себя и свое новое отношение с реальностью (инструментальный аспект). С другой стороны, женские нарративы содержат многочисленные апелляции к значениям языка, которые определяют выбор. Например, россиянки, взявшие фамилию мужа, ссылаются на слово «замужем», внутренняя форма которого задает иерархию статусов в семье. Понятия «женат» и «замужем» реляционны: статус мужа задается лексемой, производной от слова «жена», статус жены – лексемой, производной от слова «муж», однако «женат» имплицитно подразумевает связь, а «замужем»

– зависимость (быть «за» мужем, т.е. под его защитой, опекой и т.п.). Понятия «фамилия» и «семья», *family* и *surname* также соотносительны (определяются друг через друга)²¹, и многие респондентки объясняли свой выбор тем, что члены семьи должны носить одну фамилию [Gritsenko, Boxer 2005].

Фоновый аспект языка представляют также «следы» феминистского дискурса в нарративах американок. На западе позиции новой гендерной идеологии сильнее и более известны, и комментарии респонденток (как сохранивших, так и сменивших фамилию) содержат рассуждения о «равном партнерстве», «собственности», «потере идентичности женщиной, но не мужчиной» и т.п. (*“as long as our partnership is equal, I won't feel being owned”*; *“I'm not sure I like the fact that women completely lose their identity and men do not”*). Вербальные ассоциации такого рода отсутствуют в ответах российских женщин, поскольку понятия гендерного доминирования и идентичности являются относительно новыми для русского языкового сознания; они ограничены рамками научного дискурса, еще не став частью оязыковленных культурных представлений данного социума («информационного тезауруса как основы речемыслительной деятельности», по А.А. Залевской).

Роль языка как фона конструирования гендера актуализирует идею дискретизации смыслового содержания, которая создает предпосылки для деятельности общения во всех ее формах. Метафора инструмента подчеркивает целенаправленность и ситуативную привязанность процессов языкового конструирования гендера, в которую включаются конкретные экстралингвистические условия – эмоциональный, психологический и др. контекст. Важно подчеркнуть, что инструментальная и фоновая роли языка как средства конструирования гендера – это две стороны одного и того же явления, которые могут быть разделены лишь условно в целях моделирования изучаемого процесса. Инструментальный аспект акцентирует деятельность (речевую и интерпретативную), связанную с (вос)производством гендерных

²¹ «Фамилия» - 1. наследуемое семейное наименование, прибавляемое к личному имени <...> 3. То же, что семья (устар.) «Всей фамилией отправились в гости» (ТСРЯ). Surname - “the name borne in common by members of a family”; Family - and “a group of individuals living under one roof and, usually, under one head” (Webster’s 9th New Collegiate Dictionary)

смыслов. Фоновый аспект связан с понятием внутреннего (ментального) лексикона, как средства доступа к продуктам переработки в памяти разнообразного опыта взаимодействия человека с миром. Здесь важную роль играют ассоциативные связи, лежащие в основе когнитивной модели памяти.

Языковые формы когнитивно запечатлевают окружающий мир, «объективируют» действительность путем концептуализации человеческого опыта в форме знаков. Гендер встроен в эти знаки и способы их употребления различным образом. Он может быть основным, денотативным содержанием языкового знака, как, например, в личных и притяжательных местоимениях (“она”, “его”); существительных, обозначающих лиц мужского и женского пола (“мужчина”, “женщина”, “сударыня”, “мужик”); суффиксах, образующих слова женского рода (“актриса”, “врачиха”) и т.п. В других случаях отношения между языковыми знаками и гендером могут быть выражены опосредованно, например, через сочетаемость с соответствующими лексическими единицами. Так, в английском языке прилагательные *pretty* и *handsome* обозначают «красивый», при этом каждое имплицитно гендерно специфичные смыслы, составляющие фон культурных представлений о мужской и женской красоте в данном социуме. Нарушение сочетаемости (“pretty boy”, ср. также “капризный мужчина”, “бравая девица“) создает контекстуальные гендерные импликации.

Единицы лексикона могут имплицитно гендерные смыслы через ассоциации по смежности, когда речь идет о предметах, признаках, видах деятельности, связываемых с представителями того или другого пола (*колготки, помада, прихорашиваться, бикини, vs отвертка, футбол, отжиматься, гараж и т.д.*); и через ассоциации по сходству (феномен метафорического рода), когда предметам, качествам и т.д. приписываются стереотипные признаки мужественности или женственности (*сила, спокойствие, агрессия – мужское, мужественность; слабость, красота, слезы – женское, женственность и т.п.*). При этом гендерная стереотипизация срабатывает автоматически даже при предъявлении вербальных или визуальных стимулов, напрямую не связанных с гендером (например,

изображений пушистого котенка или бейсбольной перчатки) [Vanaji 1996]. Как пишет В.В. Красных, «ассоциативная организация связей в простейшей форме репрезентирует одну из моделей хранения знаний в памяти человека. Она мыслится как некая форма семантических сетей, существующих в сознании. С каждым узлом семантических сетей в долговременной памяти человека связаны сведения одновременно с ним возбуждаемые. Следовательно, при определении (установлении) места какого-либо понятия из долговременной памяти одновременно “вытаскиваются” все известные сведения и факты, с данным понятием связанные» [Красных 2002: 182].

Включение в текст гендерно маркированных языковых знаков есть способ индуцирования желательной семантики – прямой апелляции к гендеру или соответствующего «окрашивания» темы, явным образом с гендером не связанной. Пример совместной актуализации «фиксированного» (концептуально инвариантного) и «дескриптивного» смысла, как способа, которым объект предстает перед воспринимающим его субъектом, содержит фрагмент статьи обозревателя «Нью-Йорк Таймс» Ф. Рича «Как из Керри сделали неженку» (*“How Kerry Became a Girlie-Man”*), в которой разоблачаются стратегии дискредитации кандидата от демократов на президентских выборах в США (перевод мой. – Е.Г.): *«Говорили, что мистер Керри похож на француза (читай – “баба”). Слухи об уколах Ботокс и модном парикмахере регулярно обсуждались в Интернете. В канун Дня Памяти респектабельная “Нью-Йорк Пост” опубликовала неизвестно откуда взявшиеся записки от обоих кандидатов, где Буш заказывал себе на праздничный пикник сосиски и пиво, а Керри выражал желание съесть устриц, Шардоне и крем-брюле. <...> Наконец Дик Чейни, вырвав из контекста выступления Керри прилагательное *sensitive* (“чувствительный, чуткий”), заявил, что тот собирается “чутко вести войну с терроризмом” (слово “чуткий” в этом контексте означает то же, что и “француз”)*».

Актуализация ассоциативных цепочек – неотъемлемая часть конструирования контекста интерпретации, в процессе которого из

когнитивной среды (по Шперберу и Уилсон) «извлекаются» посылки и установки, необходимые для адекватного понимания высказывания. В текстах, как правило, видна лишь вершина скрытого айсберга гендерных ценностей, и языковые формы не эксплицируют, а «намекают» на них. При этом предполагается, что данные ценности известны отправителю и получателю речи, являясь частью общего знания в данном контексте.

С учетом сказанного, объяснительный потенциал предложенных подходов к описанию языкового конструирования гендера может быть усилен в рамках коннекционистской модели деятельности мозга, которая углубляет представление об инференции, раскрывая механизм создания ассоциативных связей. Речь идет о модели интерактивной обработки информации, происходящей при активации определенных участков мозга в актах речемыслительной деятельности под влиянием поступающих сигналов или стимулов и распространения возбуждения по узлам нейронной сети. [McClelland, Rumelhart, Hinton 1986; Rumelhart 1989].

Система ментальных репрезентаций находится в состоянии покоя и не функционирует, пока какие-либо стимулы извне (вербальные или невербальные) не активируют ее. Будучи активированной, каждая единица способна возбуждать или гасить возбуждение других связанных с ней единиц, а весь активированный участок сети соответствует необходимой модели или структуре знания [Paivio 1986; Залевская 1985:156]. Исследователи говорят о трех уровнях обработки сигналов: *репрезентационном* (когда лингвистические сигналы возбуждают лингвистические же структуры, а невербальные – картины и образы), *референциональном* (когда вербальные сигналы активируют невербальные и, напротив, невербальные – вербальные) и *ассоциативном*, когда возбуждение каких-либо образов в ответ на слово и извлеченное из памяти название для полученных сигналов сопровождается также возбуждением разного рода ассоциаций. С учетом этого, высказываемые в разной форме идеи о «скрытых гендерных смыслах» [Камерон 2000], «индуцированной гендерной маркированности» [Коновалова 2005] и т.п.

получают когнитивное обоснование как феномены, обусловленные ментальными связями ассоциативного характера.

ВЫВОДЫ

Сказанное позволяет определить языковое конструирование гендера как когнитивную деятельность имплицитивно-инференционного характера, в основе которой лежит соотнесение языковых форм/сигналов с гендерными представлениями (ассоциациями, стереотипами и пр.), являющимися частью универсума общих смыслов представителей данной культуры. Смысл неотъемлем от культурно-исторической ситуации, в которой происходит его (вос)производство и интерпретация. Социальные нормы, частью которых являются нормы гендерные, функционируют как прагматические пресуппозиции, без которых невозможно адекватное понимание. По отношению к языку эти нормы можно трактовать как вторичные моделирующие системы, а языковое произведение представлять как многократно закодированное.

Моделирование процессов речемыслительной деятельности, связанной с конструированием гендера, позволяет предложить для его лингвистического описания два подхода: когнитивно-прагматический, объясняющий механизм конструирования гендерных смыслов в аспекте их порождения и интерпретации; и стилистический, ориентированный на выявление и описание «поверхностных» языковых составляющих гендерного дисплея.

В основе первой модели лежит идея об имплицатурах как особом типе значения, создаваемом путем умозаключений коммуникантов о том, что каждый имеет в виду под тем, что говорит. Смысловые имплицатуры дифференцируются на культурные (ориентированные на владение нормами общения и общими знаниями о культурной традиции) и прагматические (определяемые характером взаимоотношений между коммуникатами, их статусом, интенциями); пропозициональные (вербализуемые предложением) и субъективно-модальные (смягчение, категоричность и т.п.). Анализ

показывает, что источником имплицитной гендерной информации могут единицы всех уровней языка: фонетического (просодия), морфологического, лексического (эмоциональные/оценочные/ассоциативные значения слов) и синтаксического (актуализация языковых форм в контексте).

Роль импликаций в конструировании гендера обусловлена тем, что связь между использованием определенного языка и конструированием определенного вида гендерной идентичности обычно носит опосредованный характер. Гендер индексируется путем употребления языковых форм, символизирующих роль (мать, солдат) или качество (скромность, сила). Наделение лингвистических форм значением социально и ситуативно обусловлено. «Узнавание» получателем речи коммуникативного намерения отправителя возможно благодаря консенсусу в языковом сообществе относительно того, что может означать данный языковой знак в данной ситуации и/или данной культуре.

Одна и та же форма может передавать несколько разных смыслов, которые нередко «выводятся» с учетом пола говорящего. Поскольку всякое понимание согласуется не только с интенцией отправителя, но и с установкой получателя, гендерно релевантные смыслы могут передаваться и непреднамеренно, т.е. восприниматься независимо от того, хотел ли этого говорящий.

Необходимой частью обработки импликатур и экспликатур высказывания является выбор контекста, который не задан заранее, а конструируется в момент интерпретации с опорой на различные источники лингвистическое окружение, визуальные образы, культурные знания, социальные нормы, фреймы, сценарии, стереотипные ситуативные типы, установки/мнения коммуникантов. Последние являются частью когнитивной среды (картины мира) как непрерывно конструируемой и модифицируемой системы данных (представлений, мнений, установок), включающей не только непосредственные знания индивида об окружающем мире, но и потенциально допустимые умозаключения, которые могут быть сделаны на их основе. При

предъявлении гендерно релевантной языковой формы (или невербального сигнала), лингвистические и культурные знания о гендере «извлекаются» из памяти, становясь частью контекста интерпретации. Релевантность в данном случае предполагает способность активизировать ассоциации и представления, связанные с гендером.

Таким образом, ставя во главу угла анализ отношений между использованием языка, пользователем и контекстом, когнитивно-прагматическая модель создает оптимальные условия для представления гендера не как имманентной природной данности, а как динамичного, ситуативно и контекстуально обусловленного культурного конструкта. В рамках данной модели мужчины и женщины различаются не тем, *как они говорят/рассуждают*, а тем, *из каких посылок они исходят в своих рассуждениях*, т.е. речь идет о том, какие позиции/роли принимают коммуниканты и как эти роли связаны с гендером.

Описание языкового конструирования гендера в рамках стилистической модели предполагает соотнесение групповых и/или индивидуальных языковых практик с существующими стереотипными представлениями о мужской и женской речи, и исследование стилистических перформаций конкретных личностей и/или групп в аспекте конструирования гендерной идентичности. В первом случае гендерно значимые особенности стиля могут рассматриваться безотносительно к полу участников; во втором – объектом анализа являются речевые практики конкретных мужчин и женщин.

Теоретическим обоснованием существования наряду со стереотипно постулируемой дихотомией «мужского» и «женского» стилей потенциально открытого числа вербальных манифестаций гендера служит тезис о количественной неопределенности субъязыков в языке, признающий право исследователя на собственное членение (структурирование) языковой материи в соответствии с поставленной научной задачей. Концепция субъязыков как арбитральных установлений не противоречит традиционной концепции стилей и мотивирует нередко наблюдаемое выделение системы стилей по логически

несовместимым параметрам. Она создает методологическую основу для ведущегося зарубежными и отечественными учеными поиска лингвистических манифестаций не «мужественности» и «женственности» в единственном числе, а «мужественностей» и «женственностей» во множественном.

Определение стиля как абсолютно специфической области субъязыка (определенным образом упорядоченной и соотнесенной с внеязыковой реальностью совокупности языковых единиц и моделей их употребления) ведет к полезному с точки зрения исследовательской практики выводу о том, что под вербальным стилем понимается не все, что говорит индивид, а отличительные особенности его/ее речи. Положение о недискретности/пересекаемости субъязыков (и стилей) показывает, что полифункциональность лингвистических единиц не является препятствием для изучения их гендерной специфики в конкретном контексте (ситуации общения), в том числе в случаях манипулятивного использования гендерно маркированных форм (моделей) в процессе стилизации – принятия/присвоении «голоса» сигнализирующего идентичность Другого.

Гендерно релевантные манифестации стиля многообразны; они возникают в социальной практике и связаны с ней. При этом речь идет не о едином, обусловленном полом, варианте языка, а о соотнесении языковых форм (элементов вербального поведения) с их социально обусловленным значением.

Следует подчеркнуть, что выделение двух моделей описания в значительной мере условно и преследует цель показать, в каком направлении может вестись изучение языкового конструирования гендера и как могут быть представлены его результаты. Речь идет о различных акцентах и подходах, а не о принципиально несовместимых аналитических процедурах. Более того, во многих случаях продуктивным оказывается совмещение обоих подходов, поскольку «узнаваемость» элементов стиля предполагает их когнитивную обработку (соотнесение языковых моделей, форм и единиц с подвергшимися ментальной обработке данными, хранящимися в памяти). И в стилистической,

и в когнитивно-прагматической моделях описания важным ресурсом является ассоциативный потенциал языковых единиц, как некая форма семантических сетей, существующих в сознании и репрезентирующих одну из моделей хранения знаний в памяти человека.

Роль языка в процессах конструирования гендера неоднозначна. С одной стороны, язык как «форма мысли, активно воздействующая на саму мысль» [Зубкова 203: 231] является фоном, определяя, что есть мужское и женское, мужественность и женственность в данном обществе и культуре. С другой стороны, язык рассматривается как средство и способ (вос)производства гендерных смыслов в актах взаимодействия индивида с окружающим миром (инструментальный аспект). Важно отметить, что между двуединой ролью языка как фона и инструмента конструирования гендера и двумя моделями его лингвистического описания нет прямой соотнесенности. Было бы значительным упрощением полагать, что изучение языка как фона конструирования гендера может/должно вестись преимущественно в рамках когнитивно-прагматической модели, а инструментальный аспект – изучаться лишь с позиций стилистического подхода. Объектом рассмотрения в рамках данных моделей могут быть оба аспекта языка, однако в каждом случае это будет анализ иного уровня: выводы, полученные при анализе в рамках одной модели, будут неоднозначны выводам, полученным в рамках другой.

Анализ фоновой составляющей языка как средства конструирования гендера предполагает обращение к вопросам категоризации и когнитивным структурам представления гендерно значимого опыта и знаний.

Глава 4. ЯЗЫК КАК ФОН КОНСТРУИРОВАНИЯ ГЕНДЕРА: ВОПРОСЫ КАТЕГОРИЗАЦИИ

Гендерная категоризация («приписывание» пола) является неизбежной базовой практикой повседневного взаимодействия: обычно она представляет собой неосознанный, нерелексируемый фон коммуникации. В предыдущей главе было показано, что любая интерпретация предполагает контекстуализацию языковых сигналов в когнитивную среду – знания, посылки, установки, обеспечивающие возможность ориентации в окружающем мире. Языковое конструирование гендера было определено как когнитивная деятельность имплицитивно-инференционного характера, в которой язык играет двойную роль – неосознаваемого фона, фиксирующего гендерные стереотипы, идеалы и ценности посредством аксиологически не нейтральных структур языка, и инструмента, дающего возможность (вос)производства гендерных смыслов в социальной практике. Вывод смысла осуществляется путем соотнесения языковых моделей/форм/единиц с подвергшимися ментальной обработке данными, хранящимися в энциклопедической памяти в форме оязыковленной системы гендерных категорий.

Объектом рассмотрения в данной главе является пласт культурных представлений, определяющих роль языка как фона конструирования гендера – содержательной и ценностной основы контекстуальных импликаций и инференций. Анализ ведется с позиций прототипической теории категоризации, которая позволяет избежать эссенциализма и дать когнитивное обоснование перформативности и конструируемости гендера как компонента коллективного и индивидуального сознания. Рассматриваются когнитивные модели структурирования гендерных знаний, роль опыта и образных механизмов мышления (метафоры, метонимии) в гендерной категоризации, типы асимметричных отношений.

Гендерные традиции, знания, представления окружают человека с детства. Они присутствуют в беседах, шутках, спорах. К ним апеллируют для

объяснения почти всего – от умственных способностей до любимых блюд и походки. Гендер так глубоко встроен в общественные институты, наши действия, убеждения и желания, что представляется абсолютно естественным. Но именно то, что гендерные постулаты воспринимаются как нечто само собой разумеющееся, не требующее доказательств, диктует целесообразность деконструкции того когнитивного процесса, в результате которого они стали казаться воплощением здравого смысла.

Целесообразность анализа гендера как сложившегося набора поведенческих практик, способов восприятия и репрезентации окружающего мира (а также тех форм аргументации, с помощью которых существующий порядок вещей приобрёл статус естественного) через призму теории категоризации обусловлена тем, что когнитивный подход дает новое понимание данного феномена как компонента коллективного и индивидуального сознания и позволяет лучше представить природу гендерных концептов и их специфику.

Вопросы гендерной категоризации рассматриваются с опорой на ментальный лексикон, который определяется как «система, отражающая в языковой способности знания о словах и эквивалентных им единицах, а также выполняющая сложные функции, связанные не только с указанными языковыми единицами, но и стоящими за ними структурами представления экстралингвистического (энциклопедического) знания» [КСКТ, с. 97]. Ментальный (внутренний) лексикон выступает как средство доступа к продуктам переработки в памяти разностороннего опыта взаимодействия человека с миром [Залевская 1999: 158], образуя единую информационную базу для речемыслительной деятельности.

4.1. Традиционная теория категоризации

как основа эссенциалистской концепции гендера

Основными категориями, используемыми для гендерного анализа политических, социальных и исторических контекстов, являются категории «мужчина» и «женщина». Они представляют собой дихотомию, для

иллюстрации которой в патриархатной культуре существует известный набор оппозиций: мужчины сильные, женщины слабые; мужчины агрессивны, женщины застенчивы; мужчины рациональны, женщины иррациональны; мужчины невозмутимы, женщины эмоциональны; мужчины стремятся к конкуренции, женщины – к сотрудничеству и т.д. Хотя многие не считают, что эти оппозиции адекватно описывают реальность, и не принимают их за идеал, практически все согласятся, что они составляют квинтэссенцию образов мужчины и женщины в бытовом сознании. Оппозиционный характер этих категорий фиксируется в языке устойчивым выражением «противоположный пол» (*the opposite sex*), а их полярность многими по-прежнему осознается как факт, отраженный, а не сконструированный сознанием. Объяснение этому, на наш взгляд, следует искать в традиционной теории категоризации, которая в течение двух тысячелетий служила человечеству ключом к осмыслению мира.

Классическая теория категоризации исходит из положения о том, что категории выделяются исключительно на основе общих признаков, внутренне (по природе вещей) присущих их членам. Эти признаки рассматриваются как объективные, т.е. существующие независимо от человека, его восприятия и понимания. Процесс категоризации, как правило, происходит бессознательно: мы автоматически делим на категории людей, животных, физические объекты и т.д. Благодаря этому создается впечатление, что мир существует уже поделенным на классы и группы, а концептуальные категории лишь отражают и фиксируют объективно существующие естественные категории. Такой подход фактически является обоснованием эссенциалистской концепции гендера, в рамках которой гендерные различия трактуются как имманентные, а категория «гендер» и ее составляющие рассматриваются как объективная природная данность.

Термин «эссенциализм» имплицитно подразумевает определенные метафизические положения (например, положение о том, что природа женщины/мужчины биологически обусловлена), однако в современной феминистской теории он приобрел политическое и риторическое измерение. Эссенциализм часто

трактуются как подход, в рамках которого концепция женственности определяется исключительно через опыт белых женщин среднего класса, а цветные женщины, представительницы других классов и маргинальных групп не включаются в политическую категорию «женщина». Поскольку феминисты, как правило, отвергают и саму суть эссенциализма, и его политические импликации, данный термин стал ассоциироваться с устаревшим и неверным пониманием женственности и нередко употребляется чисто риторически, как выражение неодобрения.

Теоретическим фундаментом современного понимания гендера, его трактовки как социального конструкта (набора черт и поведенческих стереотипов, характеризующих концепты мужественности и женственности в определенной культуре) является новая теория категоризации, которая акцентирует роль человека и его опыта²² в этом процессе и подчеркивает, что категоризация не обязательно осуществляется на основе общих признаков, объективно присущих членам категории. В основе нового подхода – понимание того, что категории не заданы природой вещей и не даны нам свыше, а формируются в процессе осмысления человеком мира и себя в этом мире: с появлением нового опыта происходит модификация существующих и создание новых категорий.

4.2. Роль нового подхода к категоризации в современной гендерной теории

Классическая точка зрения, что категории базируются на общих признаках, объективно присущих их членам, не является абсолютно неверной. В некоторых случаях мы действительно следуем этому принципу, но не всегда. Название книги Дж. Лакоффа “Женщины, огонь и опасные предметы” [Lakoff 1987], где обоснованы основные принципы новой теории категоризации, представляет собой ссылку на язык австралийских аборигенов, в котором есть категория *balan*, включающая женщин, огонь и опасные

²² Дж. Лакофф говорит в этой связи о телесном опыте (*bodily experience*), имея в виду, что опыт человека как физического существа всегда связан с его телесной деятельностью.

предметы – а также птиц, которые не являются опасными, солнце и некоторых редких животных. Птицы относятся к данной категории потому, что аборигены считают их душами женщин, а огонь – поскольку он обжигает, как солнце, которое, согласно мифу, является женой месяца. Названием книги Лакофф подчеркивает, что процессы категоризации могут строиться на принципах, которым нельзя найти объяснения в рамках классической теории.

Одним из родоначальников новой теории категоризации является Л. Витгенштейн. Он первым обратил внимание на то, что члены одной категории могут соотноситься друг с другом подобно тому, как члены одной семьи, не обладая общей для всех чертой (чертами), похожи друг на друга. Витгенштейн назвал это принципом семейного сходства [Wittgenstein 1953: 66 – 71].

Эксперименты Э. Рош [Rosch 1981] продемонстрировали, что в категории всегда имеются члены, которые представляют ее лучше других. Если же следовать классической теории, где категория объединяет предметы с общими свойствами, то все ее члены должны быть одинаково репрезентативны. Рош назвала новую теорию категоризации «теорией прототипов» (*prototype theory*), определив прототип как член категории, обладающий статусом «лучшего примера» (*best example*), т.е. наилучшим образом представляющий данную категорию. Действуя как точки когнитивной референции (*cognitive reference points*), прототипы создают основу для рассуждений, догадок, умозаключений.

Еще один важный вывод Э. Рош, положенный в основу новой теории, заключается в том, что процесс категоризации зависит от того, кто ее производит. Если классическая теория определяет категорию в терминах общих черт ее членов, без учета особенностей понимания и восприятия классифицирующих субъектов, то в новой теории категоризация опосредована человеческим опытом и воображением (образными механизмами мышления). Эти факторы исключительно важны для понимания особенностей гендерной

категоризации и роли языка как фона конструирования гендера в социальной практике.

Концептуальным базисом языковой категоризации является имплицитное владение специфической информацией об организации физического и социального мира. Гендерные представления, как и другие формы знаний, организованы в виде ментальных структур, которые Дж. Лакофф назвал идеализированными когнитивными моделями (ИКМ). Они используют различные принципы структурирования [Lakoff 1987: 113 – 114]:

1. *пропозициональные модели* определяют элементы, их отличительные особенности и отношения между ними (напр., пропозициональная модель, характеризующая знания об огне, будет включать то, что огонь опасен);
2. *схематические модели образов* определяют схематические образы, такие как траектории, длинные формы или сосуды (знания о волейбольной подаче включают ее траекторию, о свече – схему длинного тонкого объекта и т.д.);
3. *метафорические модели*, представляющие собой проецирование из пропозициональной и образно-схематической модели одной сферы в соответствующую структуру другой сферы;
4. *метонимические модели*, где в одной (или более) из вышеназванных моделей один элемент представляет (выполняет функцию) другой.

Значение образной составляющей в гендерной категоризации определяется тем, что, во-первых, сами базовые гендерные категории мужественности и женственности являются метафорами, производными от опыта человека как физического существа, и, во-вторых, источником прототипического эффекта в гендерной категоризации, как правило, служат метонимические когнитивные модели, где категория представлена одним из ее членов или субкатегорий.

4.3. Метонимические модели в гендерной категоризации

Метонимия – одна из базовых характеристик познания, механизм которой заключается в том, что хорошо понятная, легко воспринимаемая черта представляет весь предмет или явление, т.е. на основе переноса по смежности

часть замещает целое, следствие – причину, материал – предмет из этого материала, орудие действия – действие и т.п.

В концептуальной системе существует множество метонимических моделей, используемых в разных целях. С точки зрения данного исследования, наибольший интерес представляют те, в которых член категории или субкатегория используются для представления категории в целом в процессе (рас)суждений, умозаключений и/или оценок. Анализ таких моделей помогает, в частности, понять роль стереотипов в гендерной категоризации, которая определяется их когнитивным прототипическим статусом.

Одну из первых попыток объяснения природы прототипического эффекта с точки зрения когнитивных моделей предприняли в своих работах Марвин Минский и Хилари Патнэм.

У Минского, фреймы – пропозициональные модели, представляющие знание о предмете в формате сетчатой структуры с набором пустых ячеек (слотов), заполняемых индивидом в конкретной ситуации, – снабжены так называемыми «величинами по умолчанию» (*default values*), которые представляют собой значения, используемые для осмысления ситуации при отсутствии конкретизирующей ситуативной информации [Minsky 1975]. Например, значением по умолчанию для большинства метагендерных статусных антропонимов в английском языке является мужчина. Насколько шокирующей может быть его несанкционированная (не оговоренная контекстом) замена свидетельствует текст анонса, который поместила в газете «Нью-Йорк Таймс» 9 июля 1989 года общественная организация, протестующая против одобрения Верховным судом США закона штата Миссури об ограничении прав женщин на аборт²³ (перевод мой. – Е.Г.):

3 ИЮЛЯ АМЕРИКАНЦЫ ПОТЕРЯЛИ ОДНУ ИЗ СВОИХ ОСНОВНЫХ СВОБОД.

*Теперь только от вас зависит, сможете ли вы отстаивать право выбора. <...>
Решение Верховного суда предоставило политикам право вмешиваться в самое личное решение, которое может принять американец, – делать или не делать аборт.*

²³ON JULY 3, AMERICANS LOST A FUNDAMENTAL LIBERTY.

Now it's up to you to win back your write to choose. <...> The Supreme Court's ruling... has given politicians the power to intrude on the most personal decision an American can make – whether or not to have an abortion (цит. по: Cameron 1995: 119)

Прагматически значимая замена в тексте слова *woman* на слово *American* подчеркивает, что женщины – тоже американские граждане и не могут быть лишены прав и свобод, гарантируемых Конституцией США. Однако эта лингвистическая стратегия не сработала бы, если бы слово *American*²⁴ автоматически вызывало в воображении образ женщины.

Х. Патнэм для обозначения фреймов, содержащих величины по умолчанию, использовал термин «стереотип», понимая под этим идеализированные ментальные репрезентации обычных (стандартных) случаев, которые не обязательно являются точными [Putnam 1975].

Таким образом, если в бытовом сознании слово «стереотип» коннотирует негативное отношение и недоверие, в когнитивистике оно лишено этих коннотаций, хотя предполагает, что стереотипические репрезентации и восприятия могут основываться на несущественных признаках.

Стереотипы трактуются как ментальные механизмы, действующие по принципу эвристики (кратчайшего пути): они облегчают понимание окружающего мира, формируя основу для контекстуальных импликаций и инференций.

В психологии появление данного понятия связывают с именем У. Липмана (1922), который определял стереотипы как мнения, знания и ожидания в отношении социальных групп. Первоначально интерес исследователей был сосредоточен на вскрытии неточного, противоречивого и надуманного характера стереотипов. В настоящее время акценты сместились: интерес к знаниям (мнениям) о социальных группах *per se* (т.е. к содержанию стереотипов) сменился интересом к ментальным механизмам, посредством которых стереотипы влияют на межличностное и межгрупповое восприятие и взаимодействие. Мнение «многие X являются Y» (напр., «большинство политиков – мужчины») может быть и верным, однако если оно используется

²⁴ В английском языке нет грамматической категории рода, и существительное *American* может иметь в качестве референта и мужчину, и женщину.

в суждении об индивидуальном члене группы (напр., «женщина X не является/не может/не должна быть политиком») имеет место стереотип. Стереотип в таком понимании можно представить в виде формулы «*X считают, что Y в основном является Z*» [Banaji, Greenwald 1995], где Z (атрибут, ассоциируемый с категорией) распространяется на индивида Y (члена данной категории), а переменная X представляет носителей культуры – среду, в которой бытует данный стереотип. Синтез когнитивного и психологического подходов имеет место в определении стереотипов как особых форм хранения знаний, структур ориентирующего поведения [Матурана 1996: 142].

Стереотипы важны для концептуализации, поскольку они определяют культурные ожидания: отклонения от стереотипа воспринимается как отклонение от нормы. В языке такие ситуации маркируются союзом *но* (на этом основан механизм лингвистической экспликации социальных стереотипов), ср.: «*Она женщина, но занимается политикой*» vs «*Она женщина, но не занимается политикой*». Первое предложение звучит нормально, второе – странно. Оно могло бы быть использовано, если бы, согласно стереотипу, политика считалась «женским» делом.

Исследованию гендерных стереотипов в языке (лексике, фразеологии, паремиологии) посвящено немало работ отечественных и зарубежных лингвистов (А.В. Кирилина, В.Н. Телия, М.Д. Городникова, И.А. Гусейнова, И.В. Зыкова, М.С. Колесникова, S. Gal, P. Eckert, S. McConnel-Ginet, D. Spender 1980, J. Penelope 1977, D. Cameron 1995, M. Doyle 1998, A. Vodine 1998, V. Mider 1999 и др.). Многие стереотипы продолжают жить несмотря на то, что давно перестали отражать действительную ситуацию в обществе. Например, социальный стереотип матери-домохозяйки определяет представления о том, какой должна быть мать. В патриархатной культуре «лучшим примером» матери является неработающая мать. Согласно этому стереотипу, матери, которые не находятся днем дома с детьми, лишены возможности должным образом их воспитывать. В данном случае срабатывает

еще один известный стереотип, что работа – это деятельность, выполняемая вне дома, а воспитание детей и ведение домашнего хозяйства таковыми не являются. Он фиксируется в лексикографической дефиниции: «РАБОТА – 3. Служба, занятие как источник заработка. *Постоянная, временная р. Выйти на работу. Снять с работы. Поступить на работу*» [ТСРЯ, с 637].

Гендерные стереотипы связаны между собой и служат звеньями смежных стереотипов, вплетаясь в систему стандартных культурных представлений, типичных для данного социума. Они играют важную роль в понимании значений, имплицитруемых словами, которые используются для обозначения соответствующих категорий. Например, стереотип матери-одиночки – это не просто женщина, которая воспитывает своего ребенка одна, а женщина, которая испытывает материальные трудности, поскольку вынуждена содержать ребенка без поддержки мужа (преуспевающую актрису или поп-звезду, родившую ребенка вне брака, не включают в эту категорию). Данный стереотип, в свою очередь, мотивируется стереотипным представлением о муже-добытчике, который по-прежнему актуален, хотя многие современные женщины вносят не менее существенный вклад в обеспечение материального благополучия семьи.

Таким образом, значение стереотипов в конструировании гендера определяется не только их способностью к созданию прототипического эффекта, но и участием в концептуализации смежных категорий. В классической теории социальные стереотипы по определению не могут выполнять такой функции, поскольку не входят в число необходимых и достаточных параметров для выделения категории.

Определяя культурные ожидания, стереотипы являются источником суждений и оценок. Стереотип о женщинах как слабых и робких, а мужчинах – как сильных и агрессивных объясняет, почему, описывая одного и того же плачущего ребенка, те, кому его представили как мальчика, считали, что «он сердится», а те, кому ребенка представили девочкой, говорили - «она боится» [Romaine 1999: 43].

Воспринимаемые нами гендерные различия могут быть в большей мере результатом стереотипных представлений о таких различиях, чем отражением их фактического существования. В этой связи показателен эксперимент, который провела в 1989 г. Д. Спендер, записав на магнитофон 16 бесед женщин (преподавателей университетов, считавших себя феминистками) с коллегами-мужчинами. Главным открытием, которое она сделала, было несоответствие ощущений людей и эмпирической реальности. Спендер сначала записывала разговоры, потом представлялась, извинялась и просила разрешения использовать записанный материал, чтобы посчитать фактическое время, занятое каждым собеседником. Затем она задавала всем участникам один и тот же вопрос: была ли справедлива, по их мнению, их доля участия в разговоре. Все женщины ответили на данный вопрос утвердительно, а одна признала, что говорила больше, чем было бы справедливо. Фактически оказалось, что они говорили от 8% до 38% от общего времени. Мужчины же заявили, что не получили достаточной возможности высказаться, расценив свою долю участия в разговоре как несправедливую, хотя в реальности они говорили от 58% до 75% времени. Очевидно, что оценки респондентов предопределил стереотип о чрезмерной разговорчивости женщин. В феминизме результаты этого и других подобных экспериментов стали основой тезиса о том, что разговорчивость женщины оценивается как чрезмерная, поскольку в патриархатной культуре нормой для женщины считается молчание [Talbot 1996].

Разумеется, источником прототипического эффекта в гендерной категоризации служат не только стереотипы. Дж. Лакофф описывает несколько метонимических моделей, где в роли прототипа выступают ментальные единицы иной природы [Lakoff 1987: 84 – 90]. Актуальными для проводимого исследования в этом перечне представляются типичные случаи, идеалы, эталоны (образцы) и знакомые примеры.

В отличие от социальных стереотипов, которые носят осознанный характер, могут меняться с течением времени и становиться предметом споров и разногласий в обществе, *типичные примеры* используются неосознанно,

автоматически; они не являются предметом публичного обсуждения и не меняются заметно в течение жизни человека.

Типичные примеры широко используются в рассуждениях, при этом асимметрия между типичным и нетипичным заключается в том, что знания о типичных случаях обобщаются и переносятся на нетипичные, т.е. типичные примеры становятся источником прототипического эффекта. Типичным представителем культуры является мужчина: немецкая «методичность», французская «галантность» и т.д. – это скорее атрибуты мужчин, чем женщин в соответствующих обществах [Рябов 2002: 43]. Типичный представитель феминизма – женщина, отсюда ирония вопроса ведущего ток-шоу «Культурная революция» поэту А. Дементьеву: «*А вас кто заставил быть феминисткой?*» (Канал «Культура», 22.04.2004).

Лингвистической иллюстрацией процесса категоризации на основе типичных примеров можно считать идиоматические характеристики внешности и поведения представителей одного пола через другой. Когда о женщине говорят «ходит по-мужски», а о мужчине – «краснеет как девушка», то констатируют, что ее/его походка/внешность/поведение не типичны для представителей данного пола. Поскольку гендерные знания структурированы в форме полярных оппозиций, нетипичное женское воспринимается как типично мужское, а нетипичное мужское как типично женское.

Гендерные оппозиции пронизывают все сферы жизни. Типичный мужчина выше ростом, чем типичная женщина, и оппозиция «больше-меньше» не только отличает мужчину от женщины, но и работает внутри каждой из категорий, так что мужчина маленького роста становится менее мужественным, а высокая (крупная) женщина – менее женственной. Типичный мужчина и типичная женщина гетеросексуальны, Ассоциация между гендером и гетеросексуальностью ведет к ассоциации гендерно-нетипичного поведения (в том числе речевого – например, интонационный динамизм и эмфаза в речи мужчин) с гомосексуальностью.

Хотя Дж. Лакофф разделяет типичные примеры и стереотипы, представляется, что в процессе гендерной категоризации граница между ними фактически стирается. Гендерно типичное в функции прототипа формирует определенные культурные ожидания и, таким образом, становится стереотипичным.

Определенный пласт гендерных представлений структурирован в терминах абстрактных *идеалов*. Они не являются ни типичными, ни стереотипичными, но знания о них создают прототипический эффект. С опорой на идеалы строятся суждения о качестве и планы на будущее. Например, прототипическая семья – это семья, где мать и отец заботятся о детях, дети уважают родителей, все счастливы и любят друг друга (т.е. идеальная семья).

В процессе социализации девочки и мальчики усваивают те модели поведения, которые характеризуют их социальный пол в соответствующей культуре и в значительной степени основаны на идеалах. При этом одна и та же категория может иметь в качестве прототипа различные модели идеалов. Наоми Квин, изучавшая представления о браке в американской культуре, приводит несколько примеров идеальных моделей брака: *successful marriage* (успешный брак) – брак, в котором достигнуты цели обоих супругов; *good marriage* (хороший/удачный брак) – брак, который оба супруга находят полезным; *strong marriage* (крепкий брак) – брак, который выдержал испытание временем [Quin 1987].

В. С. Поллак пишет о четырех стереотипных идеалах мужественности в английском языке, в рамках которых происходит социализация мужчины:

1. *Sturdy Oak* (крепкий дуб) – апеллирует к мужскому стоицизму и учит маленького мальчика не жаловаться;
2. *Give 'em Hell* (покажи им где раки зимуют) – создает ложную «самость» из отваги, бравяды, любви к насилию;
3. *Big Wheel* (крутой парень) – подчеркивает потребность достичь высокого статуса и власти, влияния любой ценой;

4. *No Sissy Stuff* (без соплей) – осуждение выражения мальчиком любых сильных или теплых чувств, привязанности, зависимости и всего, что считается «женственным» и, следовательно, неприемлемым или табуированным [Pollack 1995; Кирилина 2004: 55].

Идеалы и анти-идеалы мужественности и женственности активно используются в «языковых играх» предвыборного дискурса (см. гл. 5).

Источником прототипического эффекта могут также служить **знакомые примеры**. Если ваша коллега называет себя феминисткой и у вас нет других знакомых феминисток, то вы, скорее всего, будете приписывать качества вашей знакомой другим феминистам. Процесс концептуализации при этом может носить весьма поверхностный характер, как в случае со студентами Корнельского университета, описанном П. Экерт и С. МакКоннел-Джине: в трактовке этих молодых людей феминистки – это «девушки, которые не бреют ноги и не любят мужчин» [Eckert, McConnel-Ginet 2003: 203].

Категоризацию на основе знакомых примеров иллюстрируют данные свободного ассоциативного эксперимента, проведенного в 2002 – 2003 гг. в НГЛУ [Гриценко, Гончаренко 2004]. Респондентам²⁵ были предложены в качестве стимулов гендерно маркированные этнонимы, репрезентирующие соответствующие категории: «русский», «русская», «американец», «американка». Характер стимулов определил тип реакций: наряду с другими ассоциациями были зарегистрированы инференции, представляющие собой концептуализацию соответствующих категорий с опорой на знакомые примеры.

- На стимул «русский» (Russian man) американцы дали реакции «Путин» и «Сергей Федоров» и просто «Сергей», на стимул «русская женщина» - «Анна Курникова».
- На стимул «американка» русские респонденты дали реакции «Хилари Клинтон» и «Мерилин Монро».

²⁵ 50 русских и 50 американцев разного возраста, статуса и пола.

Примечательно, что в последнем случае прототипические фигуры обладают противоположными с точки зрения гендерной идеологии качествами: Клинтон является символом независимости, Монро – сексуальности.

Концептуализация гендерных категорий может осуществляться в терминах *эталонов (образцов)*, т.е. индивидуальных членов категории, воплощающих либо идеал, либо его противоположность. Лингвистическим сигналом категоризации данного типа служат конструкции со словами «настоящий», «просто», «прямо» и т.п.: *настоящий Отелло* (образец ревнивого мужа) или *просто Золушка* (образец женского трудолюбия и/или обретения женского счастья). В роли прототипа-эталона могут выступать как мифические/литературные/исторические персонажи, так и реальные личности. Например, в США женщин, которые, выходя замуж, предпочли не менять свою фамилию, называют *Lucy Stoners* по имени Люси Стоун, общественной деятельницы середины XIX в., стоявшей у истоков аболиционистского движения, и первой американки, которая сохранила свою девичью фамилию, вступая в брак. А имя чемпиона мира по боксу Майка Тайсона, известного своей жестокостью, служит определением для спортсменов, проявляющих неистовство во время соревнований (ср. «*He was absolutely Tyson in the Monday Night Football Opener against the green Bay Packers*»). Нередки случаи лексикализации имени собственного, обозначающего категорию объектов, для которых оно является образцом. Так, имя героя пьесы В.Шекспира «Много шума из ничего» Бенедика (*Benedick*) в несколько измененном виде (*benedict*) используется в современном английском для обозначения недавно женившегося мужчины, который долгое время был холостяком.

Хотя Дж. Лакофф относит когнитивные модели этого типа к метонимическим (на том основании, что один из членов категории выступает как представитель категории в целом), концептуализация содержательного аспекта категории в данном случае базируется на метафоре, т.е. на аналогии с носителем прототипических качеств.

4.4. Метафора и гендер в процессах категоризации

Метафоричность, как «эвристический, когнитивный способ создания языковой картины мира» [Балашова 1998: 7], по праву считается важнейшим параметром языковой категоризации. Метафора и гендер активно взаимодействуют в этом процессе, при этом гендер может быть как источником, так и темой метафоры.

Гендерная метафора используется в концептуализации культурных, социальных и политических реалий. В качестве примера можно привести характерное для русской культуры восприятие земли как матери, реки Дон как бабушки, а также дискуссии вокруг идеи женственности России и историософемы Матушки-Руси [Рябов 1999].

Типичное для английской лингвистической традиции соотнесение лексемы *hurricane* («ураган») с местоимением *she* является частью метафоры «природа – женщина» (*Mother Nature; Nature, a Harsh Mistress* и т.п.). С. Вайгель, анализируя метафорические аспекты топонимики европейских языков, отметила тенденцию ассоциировать с женским началом не только неосвоенные земли (*virgin territory*), но и города. Она приводит ссылки на дискурс военачальников Тридцатилетней войны (1618 – 1648гг.), где занятые города представлены как покоренные девственницы [Weigel 1990: 37]. В метафоре, связывающей физический захват территории с сексуальным покорением, Сюзанн Ромейн усматривает когнитивную причину того, что сексуальное насилие является неотъемлемой частью любой войны [Romaine 1999: 67]. То, что представление о женщинах в патриархатной культуре ассоциируется с понятиями завоевания, подчинения, покорения, исследователи считают причиной близких параллелей между дискурсами сексизма и колониализма. Например, в стихах великого поэта Британской империи Р. Киплинга города Индии описываются как женщины, покорные своему английскому господину (Калькутта: *me the Sea Captain loved*).

Феминистское осмысление подчиненного статуса женщины в патриархатной культуре символизирует метафора молчания (*silencing of*

women), имплицитно охватывающая широкий спектр различных аспектов женского опыта: коммуникативное доминирование мужчин, замалчивание женской роли в истории, недопущение женщин к принятию общественно значимых решений и т.п. Метафора *glass ceiling* («стеклянный потолок») символизирует трудности карьерного роста для женщин, а *glass escalator* («стеклянный эскалатор») – неизбежность быстрого продвижения по службе мужчин, занятых в традиционно женских профессиях (таких как социальная работа, работа в школе, библиотеке и т.п.). Несоответствие стереотипным представлениям о мужественности и женственности, а также новые образы самостоятельных, деловых, активных женщин и новый тип более нежного мужчины в разных языках также концептуализируются метафорически: *мужик в юбке*, *weibliche machismo* (женский мачизм), *Powerfrau*, *Lonely Wolf Woman*, *Softy*, *Beau* и пр.

Гендер часто является источником метафоры в современных дискурсивных практиках, репрезентирующих негендерные процессы, ср: «Рубль будет стоять твердо, как и подобает существительному с мужским именем» (В. Геращенко). «Экономика – она как женщина, настроение меняется каждый день» (Г. Греф).

Метафорическая природа гендерной категоризации наиболее ярко проявляется в том, что неодушевленные предметы и явления могут ассоциироваться в сознании с мужским и женским началом. На лингвистическом уровне этот феномен целесообразно рассмотреть на материале английского языка, лишенного формально-грамматических признаков рода. В работе Дж. Розенталя “Gender Behavior” [Rosental 1990] представлены результаты «мыслительного эксперимента», в котором участникам были даны пары слов (*knife/fork* – нож/вилка; *Ford/Chevrolet* – фورد/шевроле; *salt/pepper* – соль/перец; *vanilla/chocolate* – ваниль/шоколад) и предложено соотнести каждое слово с мужским и женским родом. Все участники справились с этим заданием без труда, и результаты «классификации» полностью совпали: *knife*, *pepper*, *Ford* и *chocolate* были отнесены к мужскому, а *fork*, *Chevrolet*, *salt* и *vanilla* – к женскому роду.

Очевидно, что такое деление не имеет никакого отношения к так называемому «естественному» роду (полу), поскольку все вышеприведенные существительные обозначают неодушевленные предметы. Следовательно, характеристики «мужское» и «женское» могут быть безо всяких ограничений отделены от сущностей, имеющих реальные гендерные различия, и перенесены на другие предметы. Данный феномен получил название «метафорического рода» [см. Гриценко 2004(в)].

Нетрудно заметить, что приведенная выше классификация не основана на едином логическом принципе. Рассуждая о критериях выбора, Розенталь приходит к выводу, что *pepper* и *chocolate* отнесены к мужскому роду, поскольку обладают более сильными вкусовыми (ароматическими) свойствами; *Chevrolet* – к женскому, поскольку это слово более длинное, чем *Ford*, имеет открытый гласный в конце и коннотирует «французское»; а слово *knife* отнесено к мужскому роду из-за ассоциаций с агрессией. Однако, очевидно, чем больше пар добавлять к исходному списку, тем больше будет появляться новых измерений (критериев) гендерных импликаций, положенных в основу классификации, поскольку концепты «мужское» и «женское» оперируют на более высоком уровне абстракции, опираясь на контрастные пары более низкого уровня (сильный/слабый, активный/пассивный и т.д.) и образуя тесно переплетенную сеть метафорических оппозиций.

Анализируя эксперимент Розенталя, Д. Камерон подчеркивает, что приписывание слову гендерных признаков носит реляционный характер и определяется сравнением двух единиц. Так, если бы носителю английского языка предложили ответить, к какому роду относится слово *salt* («соль»), вопрос скорее всего вызвал бы недоумение (другое дело, если сравниваются *salt* и *pepper* («перец»). А если для сравнения вместо *knife/fork* («нож/вилка») взять пару *spoon/fork* («ложка/вилка»), то *fork* будет отнесено к мужскому роду. Раз по отношению к слову *knife*, *fork* определяется как «женское», а по отношению к слову *spoon* – как «мужское», то очевидно, в самом слове

(предмете) нет никаких ингерентно присущих ему мужских и женских свойств [Cameron 1992: 84].

Реляционный характер метафорического рода является лингвистическим аргументом в полемике с эссенциалистскими концепциями гендера – определением его как четко заданных и неизменных сущностных качеств, внутренне присущих объекту. Если бы не было концепта фемининности, то не было бы и концепта маскулинности; следовательно, речь должна идти не о сущностях (*essences*), а о культурно конструируемом различии.

О том, что данное различие носит ценностный характер, свидетельствует то, как описывал феномен метафорического рода немецкий филолог Якоб Гримм, полагавший (подобно Протагору, который считал невозможным относить слово «шлем» к женскому роду), что грамматический род является проекцией «естественного» рода (пола), на все сущее. По мнению Гримма, предметы, обозначаемые словами мужского рода «больше, тверже, гибче, быстрее, активнее, подвижнее» и т.д., тогда как предметы, обозначаемые словами женского рода, – «меньше, мягче, спокойнее, пассивнее, чувствительнее» [Janssen-Jurreit 1982].

Наличие семантически мотивированных связей между «естественным» и грамматическим родом подтверждают эксперименты, выявляющие регулярные ассоциации между формальными родовыми признаками и коннотациями, производными от гендерных представлений. В одном из экспериментов участникам были предложены несуществующие (специально придуманные) итальянские слова с окончаниями *-o* и *-a* (первые обычно указывают на мужской род, а вторые на женский). Респондентов попросили описать данные слова, в соответствии с тем, являются ли воображаемые референты хорошими, плохими, красивыми, сильными и большими. На втором этапе эксперимента тем же участникам было предложено аналогичным образом, т.е. посредством вышеназванных слов, описать мужчин и женщин. Словам с женскими окончаниями были приписаны те же качества, что и женщинам: они оказались красивее, меньше, слабее и пр. [Romaine 1999: 83].

Анализируя роль гендера и метафоры в концептуализации, С. Ромейн подвергает сомнению тезис о произвольности родовой классификации неодушевленных существительных в языках с формально-грамматической категорией рода [Romein 1999: 75 – 82]. Ее аргументация перекликается с тезисом Ю.С. Степанова о «неслучайности наименований в культуре» [Степанов 2001: 68] и полемикой вокруг сосюровского положения о произвольности языкового знака, основанной на том, что слова, являющиеся семантически немотивированными в синхронии, при диахроническом рассмотрении обнаруживают обусловленность наименования культурными аналогиями и представлениями [Степанов 2001; Бенвенист 1974].

Ромейн считает неудовлетворительным объяснение, которое дают авторитетные грамматисты (Квирк, Лич, Гринбаум, Стартвик) регулярному соотношению английских неодушевленных существительных *car*, *boat*, *ship* (и до недавнего времени *hurricane*) с женским местоимением *she*. По мнению последних, личные местоимения могут замещать существительные, называющие «неодушевленные предметы, с которыми человек находится в интенсивных личностных взаимоотношениях», включающих антипатию и привязанность. Ромейн приводит многочисленные текстовые примеры, иллюстрирующие, что концептуализация указанных явлений через призму женского рода связана с различными культурными представлениями о женщине: как об иррациональной разрушительной силе, которую нужно усмирить; как о предмете обладания, покорения и контроля и т.п. Она выдвигает гипотезу о том, что принадлежность к женскому роду абстрактных существительных типа «душа», «свобода», «справедливость» во многих европейских языках объясняется тем, что различные виды науки и искусства, олицетворяемые Музами, а также Свобода, монашеские добродетели Бедность, Целомудрие и Смирение/Покорность, пять чувств, семь гуманитарных наук и т.д. в греческом и латыни относились к женскому роду. Христианская аллегорическая традиция (от Средних веков до позднего Ренессанса) также олицетворяла данные концепты в женских фигурах (Дама

Природа, Леди Филология). Эти метафоры кодировались в грамматической системе языков. Например, в английском, который исторически также имел категорию грамматического рода, существительное *wilderness* («дикая местность», «девственная природа/пустыня»), а также другие абстрактные существительные с суффиксом *-ness*, относились к женскому роду. Аналогично в романских языках к женскому роду относятся суффиксы *(i)te* (франц.) и *(i)dad*, используемые для образования абстракций типа *freedom*, *charity* и т.п. Ср.: *liberte* (фр.), *liberdad* (исп.).

По мнению С. Ромейн, во многих европейских языках формально-грамматический род неодушевленных существительных, обозначающих понятие земли, страны, мотивирован гендерной метафорой. В тех случаях, когда территория концептуализируется в своем естественном, природном состоянии (земля, почва, грунт – то есть то, что является источником плодородия, а также природные ландшафты), соответствующие лексемы относятся к женскому роду: *la terre* (фр.), *la terra* (ит.), *la tierra* (исп.) *die Erde* (нем.), *die Landschaft* (нем.), *la campagna* (ит.), *la campagne* (фр.). Такая символика восходит к характерным для индоевропейской мифологии представлениям об оплодотворяемой небом, обожествляемой земле. Когда же земля, страна осмысливается как политическая единица, территория, находящаяся под юрисдикцией государства, соответствующие лексемы обычно относятся к мужскому роду: ср. нем. *Staat*, фр. *etat*. Мужские персонификации стран – Дядя Сэм (США), Джон Буль (Англия) также представляют государство.

Лексический материал русского языка не позволяет однозначно подтвердить или опровергнуть выводы С. Ромейн. Однако анализ дискурсивных гендерных практик (гл. 5) дает многочисленные примеры, подтверждающие принцип «неслучайности именованья в культуре» и значимость гендерной метафоры как основы контекстуальных инференций и импликаций.

4.5. Роль пропозиций и других ментальных схем в структурировании знаний о гендере

Природа гендерного концепта, в числе основных компонентов которого выделяют «культурные символы и нормативные утверждения, задающие направления для возможных интерпретаций этих символов, выражающиеся в религиозных, научных, правовых и политических доктринах» [Кирилина 1999: 9], определяет роль пропозиций в структурировании гендерных знаний.

(а) Пропозициональные модели

Дж. Лакофф рассматривал пропозициональные структуры²⁶ как часть ИКМ, хотя в когнитивной лингвистике существует и иное понимание, в рамках которого пропозиции трактуются как особый, отличный от ментальных моделей, вид концептуализации, способный получить вербальное выражение, т.е. пропозиции сближаются с языковыми единицами, в частности, предложением [Johnson-Laird 1983: 155 – 162]. Эти подходы не являются взаимоисключающими: как известно, термин «пропозиция» восходит к латинскому *propositio*, первоначально обозначавшему в логике суждение, а в лингвистике предложение.

Н.Д. Арутюнова определяет пропозиции как «семантический инвариант, общий для всех членов модальной и коммуникативной парадигм предложений и производных от них конструкций <...> Они состоят из термов, способных к референции, и предикатов, способных получать модальные и временные характеристики» [Арутюнова 1990(в): 401]. Т.А. Фесенко, со ссылкой на работу М. Эрлиха, выделяет три подхода к трактовке понятия пропозиции на современном этапе: 1) пропозиция как основополагающий формат репрезентации, как абстрактная инвариантная единица; 2) пропозиция как ментальная единица, как компонент когнитивной системы человека; 3) пропозиция как элемент значения, позволяющий «квантовать» полученную информацию [Фесенко 2004: 11]. Пропозиции как единицы репрезентации

²⁶ Термины “модель” и “структура” мы, вслед за Дж. Лакоффом, употребляем как кореферентные [Lakoff 1987: 68 – 70; 113 – 114]

значения состоят из концептов-слов, одни из которых выполняют функцию предиката, а другие – аргумента, при этом аргументы соотносятся с отдельными объектами, а предикаты выражают отношения между ними и их свойствами [с. 13].

В гендерных пропозициях концепты «мужчина» и «женщина», «мужественность» и «женственность» и т.д. выступают как термы (аргументы), а предикат – это признак (действие, свойство и т.д.), атрибутируемый членам категории в связи с принадлежностью к определенному полу, ср: *«женственный – ...с качествами, свойствами женщины, мягкий, нежный, изящный»* [ТСРЯ, с. 192].

Актуальными для концептуализации гендера представляются два вида пропозициональных структур:

- культурные постулаты, закрепленные в языке в различных типах дискурса (религии, фольклоре, народной философии и др.) в форме идиоматических выражений: афоризмов, лозунгов, сентенций, правил, максим, заповедей [Palmer 1996: 105];
- компоненты «скрытого» коммуникативного содержания, т.е. невербальные абстракции, которые могут создавать (обосновывать) культурные модели и порождать вербальные высказывания, не будучи сами выражены словесно.

Между этими типами нет непроходимых границ. Например, паремические речения, правомерно относимые к культурным постулатам, часто имеют форму иносказаний (метафор), которые могут быть сведены к совокупности логем²⁷, являющихся аналогами второго вида пропозиций, именуемых пропозициональными схемами (*proposition schemas*) [Quin, 1987: 79]. Под схемами обычно понимают когнитивные конструкторы, которые «служат для того, чтобы конкретные переживания и действия соотнести с ментальными репрезентациями (общими понятийными рамками, в которых

²⁷ Под логемами понимаются сформулированные средствами языка обобщающие исходные мысли, объединяющие группы конкретных характеристик и оценок отдельных культурно значимых смыслов, которые выявляются в пословично-поговорочном фонде [Савенкова 2002].

единичные явления сводятся к опознаваемым)» [КСКТ, с. 180]. Главным признаком схемы является наличие в ней постоянного каркаса, заполняемого переменными, и возможность одной схемы опираться на другие.

Исследуя вербально выраженные представления американских супружеских пар о браке, Н. Куин пришла к выводу, что в их организации участвуют восемь пропозициональных схем (*sharedness, lastingness, mutual benefit, compatibility, difficulty, effort, failure, and risk*), которые, в свою очередь, могут порождать когнитивные метафоры. Например, пропозиция “брак прочен/долговечен” является основой для трех метафор – *связь, цемент и обязательство/договор*: *binding (we are bound together), cement (cemented together), covenant (engaged in a covenant with God)* [Quin 1987: 179 – 180; 1991: 68].

В отличие от пропозициональных схем, структурирующих представления о браке, гендерные пропозиции не могут быть с легкостью исчислены, поскольку, как отмечалось выше, характеристики «мужское» и «женское» легко отделяются от сущностей, имеющих реальные родовые различия, и переносятся на другие предметы. Кроме того, ввиду реляционного характера метафорического рода понятия и категории, не вызывающие гендерных ассоциаций сами по себе, способны приобретать их в соответствующих контекстах и/или при сопоставлении с другими категориями.

Примером пропозициональной схемы, структурирующей представления о гендере в патриархатной культуре, может служить оппозиция *мужчина – субъект, женщина – объект*, которая проявляется в языке в виде предпочтительной ассоциации мужчин с функцией субъекта, а женщин – с позицией объекта. Данная пропозиция характеризует, например, смеховые тексты русской культуры (анекдоты), где «женщина часто выступает как дополнительный по отношению к мужчине объект, не нуждающийся в добавочной идентификации, ср: *чукча говорит жене, «новый русский» сидит с девушкой в ресторане и.т.п.*» [Слышкин 2002: 72]. Реализация аналогичной

пропозициональной модели имеет место в нижеследующем фрагменте из статьи М. Дж. Хардман (перевод мой. – Е.Г.): “Я сидел в приемной (у врача) и играл со своей маленькой дочкой Джейми. Одно из ее любимых занятий – ухватиться за мои пальцы для устойчивости, подтянуться и встать. Женщина (медсестра), увидевшая нашу игру, подошла и, улыбаясь, сказала: “Вот какой ты сильный мальчик, сам уже можешь встать!” Я улыбнулся в ответ: “Да, она очень сильная”. Женщина удивилась: “Ты такая большая для девочки... И такая умница, смотри, как тебя папа подтягивает” [Hardman 1996: 29].

Пропозициональные схемы лежат в основе гендерных стереотипов как суждений, приписывающих мужчинам или женщинам определенные свойства и установки или отказывающих им в этих свойствах или установках. Прозу Эмили Бронте называли «сильной и яростной» (*strong and forceful*), когда она писала под мужским именем; когда же пол писательницы перестал быть тайной, критики стали находить в ее произведениях мягкость и утонченность (*delicacy and gentleness*) [Eckert, McConnel-Ginet 2003:94].

Пропозиции, определяющие стереотипные представления о социальных ролях мужчины и женщины, иллюстрирует материал, собранный нами в рамках исследовательского проекта по гендерным аспектам безопасности [Гриценко 2003(а)], ср: «что я женщина, что ли посуду-то мыть» (пропозиция *работа по дому – обязанность женщины*); «обед стготовить любая дура сможет, а ты попробуй гвоздь в стену забей» (пропозиция *мужской труд более ценен*) и т.п.

Важно подчеркнуть, что пропозициональные схемы не являются глобальными. Они структурируют ограниченные сферы языка и культуры. Отсюда следует два важных вывода:

- (1) Пропозициональные модели могут иметь этнокультурную специфику, т.е. пропозиции, актуальные для различных социальных, этнических, расовых групп могут не совпадать. Это особо подчеркивали И.И.

Халеева, А.В. Кирилина и др., призывая не заимствовать наработанное гендерной наукой за рубежом [Кирилина 1999; Халеева 1999].

- (2) Определенные сферы знания могут структурироваться разными пропозициями. Например, в русском менталитете наряду с пропозицией *женщина – слабая* («слабый пол»), существует пропозиция *женщина – сильная* («коня на скаку остановит»).

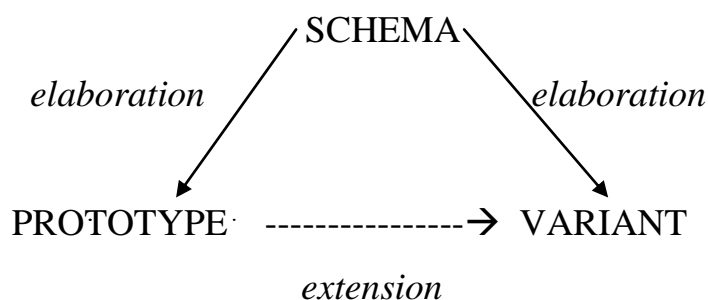
Пропозициональные схемы производны от опыта – как коллективного (культурного, исторического и др.), так и индивидуального, – который постепенно обрабатывается, обобщается и фиксируется в виде сценариев. Ритуализация гендера и воспроизводство принятых в обществе гендерных норм и отношений в литературе, кино, театре, рекламе, а также в шутках, анекдотах, карикатурах, плакатах и т.д., приводит к тому, что социально-конструируемые мыслительные схемы, не являющиеся результатом прямого восприятия индивидом реальных событий, формируют пропозициональные когнитивные модели, через призму которых интерпретируется опыт непосредственного восприятия действительности.

Сформировавшись, пропозициональные схемы «направляют» суждения и выбор вербальных метафор. Например, метафора «она за ним как за каменной стеной» выбирается как соответствующая ситуации не потому что каменная стена – это оптимальный способ представления отношений мужчины и женщины, ограждаемой им от опасностей и проблем, а поскольку она иллюстрирует пропозицию о мужчине защитнике, с одной стороны, и пропозицию о слабости женщины, нуждающейся в защите, – с другой. Таким образом, в основе механизма понимания лежит актуализация пропозициональной схемы и связанных с нею сценариев, а не сама метафора. Высказывалось даже мнение о первичности пропозициональных схем (а не когнитивных метафор по Лакоффу и Джонсону) в качестве культурных моделей, обеспечивающих понимание и языковую репрезентацию знаний [Quin 1991]. Однако, как справедливо отмечает Г. Пальмер, способность мыслить на основе постулатов и пропозициональных схем не означает потерю

возможности мыслить образами, которые всегда более конкретны и метафоричны [Palmer 1996: 107]. Изучение гендера не может быть ограничено лишь пропозициональными знаниями. На практике конкретные и абстрактные формы мышления тесно переплетены: их не всегда можно отделить друг от друга. Например, гастрономическая метафора («аппетитная, сладкая женщина»), производна от пропозиции о женщине как объекте сексуального желания, с одной стороны, и от когнитивной метафоры «сексуальное желание – голод», с другой. Представляется справедливым мнение Реймонда Гиббса [Gibbs 1994: 206], который считал, что вместо того, чтобы пытаться решить вопрос об ингерентной метафоричности или неметафоричности разума и культуры, следует обратиться к изучению отдельных концептов для выявления того, как они создаются при участии обоих принципов.

(2) Комплексные категории

Перспективной для понимания механизмов гендерной категоризации является модель комплексных категорий, предложенная Г. Пальмером [Palmer 1996: 96]. Пальмер определяет комплексные категории как концептуальные сетки, содержащие прототипы и схемы. При этом он опирается на концепцию Р. Лангакера, по мнению которого, прототипическая категоризация предполагает и включает схематические отношения, поскольку для того, чтобы сделать вывод о сходстве, несходстве и вообще сопоставимости концептов (прототипа и варианта), необходимо прежде всего осознать, что у них есть что-то общее, а это и есть ментальная схема [Langacker 1987: 372 – 373]. Графически комплексная категория (по Пальмеру и Лангакеру) выглядит следующим образом:



Пунктирной линией обозначены отношения категоризации, основанные на сходстве, связи или подобии прототипа и варианта, а сплошными – на соотнесении со схемой более высокого порядка, будь то пропозиция, сценарий или скрипт.

Процесс гендерной категоризации по данной схеме иллюстрирует рассказ психолога Сандры Бем. Ее сын Джереми пришел в детский сад с декоративной заколкой-пряжкой в волосах, за что другие дети стали дразнить его девочкой. Попытка Джереми наглядно продемонстрировать, что он не девочка, а мальчик, приспустив штанишки, не увенчалась успехом. “*Это* есть у всех, – сказали ему. – Но заколки носят только девочки” [Eckert, McConnell-Ginet 2003: 235 – 236]. В данном случае соотнесение варианта с прототипом происходит на основе включения их в пропозициональную схему, касающуюся прически мальчиков и девочек (*X* носит/не носит заколки).

Рассказ воспринимается как забавный более старшими детьми и взрослыми, поскольку они проводят границу между существенными и несущественными признаками пола. Однако именно «несущественные» характеристики оказываются центральными для поддержания гендерного порядка. Примером могут служить фрагменты из бесед судей, обсуждавших ораторское мастерство и логику участников ток-шоу «К Барьеру» (НТВ, март 2004). В первом диалоге, вывод о женственности делается на основе стереотипного представления о ее проявлениях:

(1) Судья (мужчина): *Памфилова была слишком эмоциональна <...>*

Судья (женщина): Да, она говорила как женщина <...>

Во втором фрагменте эмоционально несдержанное поведение квалифицируется как несовместимое со статусом мужчины:

(2) Судья (мужчина): *<...> Мне показалось, <...> что от выступления Владимира Вольфовича отдает таким жанром травести. Вот он, взрослый, состоявшийся мужчина...*

Судья (женщина): А истерика как у девочки.

В данном контексте уместно обращение к мысли Г. Пальмера о том, что постулаты и пропозициональные схемы являются аналитическими абстракциями или вербальными описаниями того, что было бы точнее определить термином «сценарий» [Palmer 1996: 107].

(3) Слова-сценарии

Сценарий как разновидность структуры сознания (репрезентации) – одно из основных понятий концепции М. Минского, по мнению которого, сценарий вырабатывается в результате интерпретации текста, когда ключевые слова и идеи текста создают тематические («сценарные») структуры, извлекаемые из памяти на основе стереотипных значений, приписанных терминальным элементам [Minsky 1975; КСКТ, с. 181 – 182]. В повседневной практике слова «мужчина», «женщина», «мужик» и другие лексемы, опредмечивающие в языке гендерные концепты, способны выступать в роли так называемых «слов-сценариев» (термин Н. Квин) или вербальных знаков, актуализирующих в воображении культурные сценарии, в которых аккумулированы знания о гендере. Нетривиальным примером реализации этого свойства в текстуальной практике является приведенный в статье С. Ушакина текст поэта, прозаика и певицы Натальи Медведевой, в котором авторское видение концепта «русский мужик» представлено набором вербализованных сценариев:

«Хочу быть русским мужиком, чтобы занимать сразу два места на сиденье метро, широко-широко раздвинув колени...

Чтобы, идя посредине Горького-Тверской, как харкнуть под ноги прохожему и чтобы, напившись, не отсиживаться дома, переть, переть в общественные места, стучая о все углы атташе-кейсом, - пальто нараспашку <...>, икая, рожка красная, переть пьяным и подтверждать этим идентичность президента с народом....

Хочу не производить впечатления бабы, которая может дать в морду, а хочу быть русским мужиком, чтобы дать в лоб этому гаду, газующему на перекрестке, подойти к его опущенному стеклу и со всего маху врезать в лоб...

Хочу быть русским мужиком, чтобы выгнать всех иностранцев, занять их офисы, всю технику-аппаратуру испортить-сломать, и первым делом туалеты...

Хочу быть русским мужиком, чтобы назло всем (пусть об этом никто и не узнает) пустить свою жизнь под откос, кривляясь: «Моя жизнь, что хочу, то и делаю!»

Хочу быть русским мужиком, чтобы истребить всех – коммуниак и демократов, фашистов и педерастов, интердевочек, рекетиров и рокеров, - закрыть границы и наконец-то пожить” (<http://www.countries.ru/library/antropology/gender/middle.htm>) .

Противоположные аксиологические акценты обнаруживает данный концепт в российском предвыборном дискурсе, где сочетание «русский мужик» неизменно используется в позитивном смысле, актуализируя потенциальные семы «сильный», «надежный», «свой» (см. гл. 5).

Связь слов со сценариями лежит в основе речевой вариативности языковых единиц. Смысл слова не определен, изменчив и открыт и может интерпретироваться как набор знаний, ассоциируемых с ним. Эти знания способны храниться в памяти в форме сценариев – «культурно определяемой последовательности действий, схем-рассказов» [Palmer 1996: 75].

Наоми Квин использовала термин «слово-сценарий» применительно к лексеме *commitment*, которая регулярно употреблялась респондентами при описании определенных этапов и форм супружеских отношений. Квин выделила три основных значения, в которых семейные пары употребляли это слово - *promise/обещание, dedication/верность and attachment/привязанность*, связав полученные результаты с явлением полисемии [Quin 1985: 301]. Однако в случае с гендерными категориями речь не может идти о традиционной многозначности, поскольку задаваемые гендерными пропозициями значения (*красота/нежность/слабость - сила/надежность/спокойствие*) не находятся в отношениях семантической близости. Их объединяет соотнесенность с единым центром – представлением о женственности и мужественности, характерным для данной культуры. Такой способ категоризации, по Дж. Лакоффу, репрезентируют радиальные модели, где есть центральная субкатегория, определяемая «пучком» сходящихся когнитивных моделей (например, в категории *mother* – модель рождения, воспитания, генетическая модель и т.д.), а также нецентральные члены (*non-central extensions*), являющиеся не более узкими, специализированными проявлениями

центральной категории, а, скорее, ее вариантами (приемная мать, родная мать, суррогатная мать и т.д.).

(4) Радиальные модели

Г. Пальмер определяет радиальные модели как комплексные категории, содержащие прототип или центральный член, к которому присоединяются концептуальные цепи, основанные на отношениях расширения, метонимическом и метафорическом переносе [Palmer 1996: 97 – 98]. Этот способ схематического описания также известен под названием «теории лексической сети» (*lexical network theory*), согласно которой значения лексических единиц соотносятся друг с другом сетевым образом [Ченки 1996]. Между центральными членами и вариантами гендерных категорий существуют отношения взаимной выводимости на основе пропозициональной логики и силлогизмов. При этом варианты не могут быть выведены из центра с помощью какого-то общего правила (как в случае с натуральными числами или терминами родства); связь между ними конвенциональна – она определяется культурой и должна быть усвоена индивидом в процессе социализации.

Особенностью мужественности и женственности как радиальных концептуальных/семантических категорий является то, что их центральные члены не существуют вне своих конкретных проявлений – вариантов. Нет мужественности и женственности в чистом виде («как таковых»), а есть лишь комплекс пропозиционально структурированных представлений о гендерных традициях и моделях поведения, характерных для данной культуры.

Именно это имела в виду философ Джудит Батлер, возражая против понятия о центральной гендерной идентичности, продуцирующей гендерные действия, и подчеркивая, что сами гендерные практики создают иллюзию общего центра [Butler 1990: 25]. Никакой гендерной идентичности за проявлениями гендера, по мнению Батлер, не скрывается; идентичность конституируется в процессе перформации теми самими «проявлениями», которые считаются ее результатами. Таким образом, радиальные модели

организации гендерных знаний дают когнитивное обоснование перформативности гендера как конвенционального идеологического конструкта.

(5) Кластерные категории

Современное понимание гендерных категорий, включающее различные представления о мужественности и женственности, которые феноменологически могут существенно различаться у разных людей в различных ситуациях, возможно лишь в рамках нового подхода к категоризации. Концептуализация подобных категорий осуществляется на основе так называемых кластерных моделей, когда несколько когнитивных моделей образуют пучок (*cluster*), психологически являющийся более базовым, чем каждая из моделей, взятая в отдельности.

Примечательно, что Дж. Лакофф, впервые описал принцип кластерных моделей на примере гендерно маркированной категории *mother* («мать») [Lakoff 1987: 74 – 76]. Данный концепт структурируется сложным комплексом когнитивных моделей:

- *birth model* (модель рождения): мать – та, что дает жизнь;
- *genetic model* (генетическая модель): мать – та, что дает гены;
- *nurturance model* (модель воспитания): мать – та, что растит и вскармливает (воспитывает),
- *marital model* (модель супружества): мать – жена отца;
- *genealogical model* (генеалогическая модель): мать – ближайший предок по женской линии.

Важно подчеркнуть, что ни одна из этих моделей не является основной и они не могут рассматриваться как субкатегории некоего исходного (базового) понятия. В каждом конкретном случае категория определяется относительно одной или нескольких моделей пучка, например:

- (1) «Его усыновили в роддоме: он не знает свою настоящую мать» (модель рождения).

(2) «Она не любит детей: вряд ли она сможет стать настоящей матерью своему ребенку» (модель воспитания).

Категории «мужественность» и «женственность» также не могут быть четко определены в терминах необходимых и достаточных признаков, общих для всех членов класса (как того требует классическая теория категоризации). Можно привести множество примеров, подтверждающих неоднозначность их трактовки разными людьми в различных ситуациях. Фраза «она же женщина» может в зависимости от контекста имплицировать разные смыслы: слаба, нежна, кокетлива и т.п. Когнитивным основанием такого «дрейфа значений» (Д.Н. Шмелев) является кластерная модель концептуализации соответствующей категории.

В книге «Говорят женщины» Дженнифер Коутс показывает, как в беседах подруг конструируются различные типы женственности: (1) *женственность как тип внешности*, где косметика, размер губ и глаз – важные параметры, хорошо выглядеть – главная цель, и где высок авторитет и статус фотомодели; (2) *женственность как тип поведения*, в котором важной конституирующей чертой являются, например, слезы. Гендерная природа слез имплицирована в реплике одной из респонденток: «по крайней мере нам МОЖНО поплакать» (*at least you CAN cry*) – имеется в виду, что есть те, кому этого делать нельзя, т.е. мужчины [Coates 1996: 236].

Коутс подчеркивает ошибочность представления о том, что быть женщиной – это общий для всех, единообразный опыт: в разных контекстах (в семье, на работе и т.д.) имеют место различные перформации женственности. Эти типы определяются относительно различных когнитивных моделей, комбинация которых образует кластерную модель категории «женственность» или, говоря словами Коутс, «репертуар женственностей, имеющийся в распоряжении женщин и девушек в современной Британии» [с. 233].

Как нет универсальной «женственности», так нет и единой для всех «мужественности». В работах Р. Коннела был впервые поставлен вопрос о разграничении различных типов мужественности и выделении среди них

стереотипа доминирующей мужественности [Коннел 1995], который наиболее часто отражается в языке. В книге «*Masculinities*» Коннел развивает идею двух типов мужественности: «физическая маскулинность» (*physical masculinity*) рабочего класса и «техническая маскулинность» (*technical masculinity*) верхушки среднего класса. Первый тип ассоциируется с рабочей (физической), а второй – с технической (научной и политической) властью. Когнитивным обоснованием существования в каждом обществе нескольких моделей маскулинности (от доминантных до маргинализованных) являются кластерные категории.

Многослойность и изменчивость мужественности и женственности делает возможным манипуляцию этими понятиями в СМИ и других видах дискурса. Анализ, проведенный А.В. Кирилиной на материале двух хронологических срезов (советская печать 1930-х годов и современной российской прессы 1997–1999 гг.), показал, как те или иные стороны этих культурных концептов могут актуализироваться в зависимости от исторического периода и/или социального заказа [Кирилина, 2000: 47 – 81]. Исследователи советской литературы и кино называют несколько стереотипных идеалов женственности, положенных в основу так называемого «мифа о советской женщине»: (1) строитель светлого будущего, (2) мать героя и (3) идейный борец, жертвующая любовью ради долга [Ажгихина 2000].

Необходимо подчеркнуть зависимость процесса категоризации от гендерной идеологии и дискурсивных практик. Содержание гендерных категорий может существенно варьировать, например, в доминантном андроцентричном и протестном либеральном (феминистском) дискурсах. В данном случае различия в смысловом объеме категорий определяются различием когнитивных оснований для категоризации – идеологическими установками и опытом.

4.6. Опыт в гендерной категоризации

Различия в характере восприятия и понимания, обусловленные предшествующим опытом человека (историческим, социальным, культурным,

физическим и иным) оказывают влияние на процессы обработки и структурирования информации. Они являются причиной того, что гендерные асимметрии, присутствующие в любом обществе с патриархатной культурой, в различных языковых сообществах имеют свою специфику, обусловленную различными стереотипами поведения, которые складываются под влиянием культурной традиции и социальной реальности.

Х. Коттхофф, со ссылкой на исследование, проведенное ее коллегами в Германии, приводит пример того, как опыт социализации в соответствующем культурном контексте определяет понимание мужской чести молодыми турками-иммигрантами [Kotthoff 2001: 24 – 25]. Гендерные стандарты мужественности и женственности в иммигрантских общинах существенно отличаются от культурных традиций коренного немецкого населения. Анализируя беседы между молодыми турками (мужчинами и женщинами), авторы выделяют несколько уровней значения и сосредотачивают внимание на уровне эмпирического знания (*experiential knowledge*), встроенного в *хабитус* (по П. Бурдьё).

Мировоззрение человека определяется его положением в обществе. Опыт ребенка, родившегося в семье бедных турецких иммигрантов, существенно отличается от опыта ребенка, родившегося в состоятельной немецкой семье. С различным опытом приходят разные знания, разные возможности и разные взгляды на мир. Термин «*хабитус*» используется для описания того, как опыт конструирует поведение (в том числе коммуникативное). Он обозначает набор убеждений и склонностей, которые формируются у индивида в зависимости от того, в каком слое общества он находится, с какими людьми (объектами) взаимодействует, какие знания (навыки) получает, в каком дискурсе участвует²⁸. Анализ, проведенный с этих позиций, позволяет взглянуть на гендер не только как на ситуативно конструируемый феномен, но и фактор, определяемый процессом социализации индивида. Понятие мужской чести у

²⁸ Бурдьё определял *хабитус* как «истему устойчивых/прочных предрасположенностей, которые, интегрируя прошлый опыт, в каждый момент функционируют как матрица восприятий, оценок и действий» (a system of lasting transposable dispositions which, integrating past experiences, which functions at every moment as a matrix of perceptions, appreciations and actions)” [Bourdieu 1977].

турок распространяется на всю семью и включает, в частности, контроль за действиями женщин вне дома. В глазах турецких иммигрантов немецкие мужчины теряют мужскую честь, поскольку позволяют своим женам бывать в местах вне их непосредственного контроля – например, обедать с мужчинами-сослуживцами. Концептуализация понятия мужской чести (и соответствующей категории как набора определенных сценариев поведения) определяется культурным опытом индивида – в данном случае ценностями турецкого этноса.

Понятие опыта соотносимо с понятием дискурса у М. Фуко. Возвращаясь в этой связи к работе А.В. Кирилиной, где анализируются культурные репрезентации пола в отечественной печати разных лет, следует обратить внимание на мысль автора о том, что культурные репрезентации пола в рамках дискурсивных практик, выделяемых Фуко для западного общества (истерикализация и медикализация женского организма, педагогизация пола ребенка, психиатризация извращенного удовольствия) [Кирилина 1999: 18], не имели и не могли иметь параллелей в предвоенном советском общественном дискурсе, для которого характерны минимальный характер гендерных асимметрий и «почти полная дезэротизированность» [Кирилина 2000(а): 54]. Идеология и социальный заказ формировали отличное от западного понимание женственности, в рамках которого очевидны причины отмеченного в исследовании Н.В. Уфимцевой неодинакового места физической сексуальности в языковом сознании русских и англичан [Уфимцева 1996]. Впрочем, в последнем случае несомненно также влияние русской православной традиции. О различии в восприятии темы любви и целомудрия в русском православии и западноевропейской религиозной традиции пишет Ю.С. Степанов, цитируя «философа любви и пола» В.В. Розанова: «Русские церковные напевы и русская храмовая живопись – все это бесплотно, безжизненно, “духовно” в строгом соответствии с общим строем Церкви. Богоматерь, питающая грудью Младенца-Христа – невозможное зрелище в русском православном храме...» [Степанов 2001: 425 – 426].

Гендер, как фактор опыта, сам оказывает влияние на процессы категоризации. Исследователи отмечают различия в образах сознания категории «свободный» у русских женщин и мужчин. В сознании русских мужчин существует специфицированное понимание слова «свободный», как мужчины, обладающего возможностью действовать без ограничений, накладываемых брачными отношениями [Кирилина 1999: 150].

Механизмы кодирования опыта в языке обнаруживают культурный параллелизм. В русской культуре представление о красивой женщине структурируется «гастрономической» метафорой - *аппетитная, сдобная* [Телия 1996], что, безусловно, отражает «мужской» опыт. В американском сленге эта категория представлена серией слов, демонстрирующих те же принципы структурирования: *dish, filet, cheesecake* и т.п. Как указывает Лорел Саттон, несмотря на то, что мужчины используют данные слова как положительно оценочные, большинство женщин воспринимает их как уничижительные. Таким образом, аксиологическая структура категории оказывается в прямой зависимости от гендера классифицирующего субъекта²⁹. При этом только «мужской голос» получает адекватную лексикографическую репрезентацию. Женская оценка не отражается ни в дефинициях, ни в словарных пометах [Sutton 1995].

Андроцентризм языка, отражающего «мужскую» картину мира, неоднократно становился объектом критики в феминистской лингвистике. Попыткой отразить «женский» опыт, противопоставить доминантным патриархальным ценностям понятия и категории, адекватно отражающие альтернативную точку зрения является феминистское словотворчество. Например, создание слов *bachelor girl* и *bachelorette* отражает стремление нейтрализовать гендерную асимметрию в наименовании неженатого мужчины и незамужней женщины в английском языке. Слово *bachelor* («холостяк») не несет в себе негативных смысловых оттенков, имплицитных словом *spinster*

²⁹ Аналогичный вывод сделан на материале русского языка О.А. Рыжкиной и Л.И. Реснянской, установившими, что одни и те же лексемы воспринимаются мужчинами и женщинами как имеющие разную степень положительной или отрицательной оценки [Рыжкина, Реснянская 1988].

(«старая дева»). Суффикс *-ette*, придающий словам уменьшительное значение (*pianette, kitchenette*) и часто используемый для обозначения лиц женского пола с экспрессивной окраской ласкательности (*farmerette, usherette*), в сочетании с основой *bachelor* призван стереть аксиологический дисбаланс в семантике статусных антропонимов и тем самым способствовать стиранию сексистских стереотипов.

Аналогичную цель имело создание прилагательного *childfree* для обозначения бездетных женщин. Бездетность в патриархатной культуре рассматривается как знак того, что жизнь женщины не состоялась (она не выполнила своего главного предназначения). В английском это понятие выражается прилагательным *childless*, где суффикс *-less* несет значение отсутствия того, что выражено основой (*heartless, jobless, homeless, helpless, useless*). Элемент *free* (*carefree, sugar-free, trouble-free, duty-free, rent-free*) имеет значение свободы, воли. Таким образом слово *childfree* определяет отсутствие детей как свободу от забот и обязанностей, что может быть благом для женщины.

Роль опыта в концептуализации гендерных категорий иллюстрирует упоминавшийся выше свободный ассоциативный эксперимент³⁰ с носителями американской и русской культур [Гриценко, Гончаренко 2003]. Он проводился в два этапа: осенью 2002г. и весной 2003г. (начало американской военной кампании в Ираке). В этот период на стимул “American man” от американцев (мужчин и женщин) были получены реакции *patriot, defender of my nation, hero*. Очевидно, что под влиянием пропагандистского дискурса произошли модификации в структуре категории, кодируемой словом-стимулом, в частности, с перемещением к центру архетипа мужественности «солдат».

Подчеркнем, что на процессы категоризации влияет опыт восприятия как реальных, так и воображаемых гендерных практик (представленных в книгах, фильмах, театральных постановках, рекламных роликах и т.д.). Р. Финке,

³⁰ Правомерность обращения к САЭ при изучении категоризации обусловлена тем, что, как подчеркивает Г. Пальмер, «только центральных черт недостаточно для определения категории, ассоциации играют в этом процессе значительную роль» [Пальмер 1996: 97].

обобщив результаты психологических исследований ментальной образности 1970 – 80х гг., сформулировал так называемый принцип функциональной эквивалентности, который гласит: «Воображение функционально эквивалентно восприятию в том смысле (в тех пределах), что сходные механизмы зрительной системы активизируются когда объекты или события воображаются и когда те же самые объекты или события фактически воспринимаются» [Finke 1989: 41]. В работе Финке речь шла о зрительных механизмах, но, вероятно, данный принцип применим и к другим модальностям. Такой объединяющий подход важен для понимания языка и мировоззрения. Он означает, что единая когнитивная система отвечает и за воображение, и за любые представления, являющиеся результатом прямого, непосредственного восприятия. При этом единицы языка выступают в качестве оптимальных средств кодирования ситуаций, связанных с прошлым опытом человека, и служат опорами для получения выводных знаний, играющих важную роль в процессах понимания. Таким образом, оказывая влияние на процессы категоризации и ее языкового кодирования, опыт с необходимостью включает языковую составляющую.

4.7. Типология асимметричных отношений в гендерной категоризации

Мы осмысляем мир, распределяя по категориям его содержание и то, что в нем происходит – складывая различные частности в единую категорию и соотнося полученные категории друг с другом. Роль языка в этом процессе определяется тем, что он позволяет давать названия категориям и оперировать ими в социальной практике. Будучи способом выражения результатов категоризации, язык одновременно является важнейшим инструментом категоризации: индивид принимает картину мира, отраженную в родном языке и классифицирует окружающую действительность в соответствии с тем, какие способы структурирования предлагает ему родной язык.

Язык может сделать феномен видимым или невидимым (социологи и антропологи говорят о феминизации бедности, но не о маскулинизации богатства). Он высвечивает/затемняет те или иные стороны предмета, и задает «инварианты человеческого восприятия», определяющие поведение, отношения и оценки³¹. Не случайно в последние десятилетия учёные все чаще обращаются к исследованию языка как средства создания мнения о предмете речи (Хансен Э., Маркус Х., Блакар Р.М., Дергачёва И.Л., Доценко Е.Л., Николаева Т.М., Корнилова Е.Е.).

Гендерные категории играют важную роль в социальных практиках, поддерживающих гендерный порядок, где дихотомия мужское/женское является фундаментальным и всегда релевантным принципом разделения двух типов людей. При этом они не просто постулируют различие, но поддерживают определенную социальную иерархию: лингвистические практики дают множество примеров андроцентричной асимметрии и социальной ранжированности гендерных категорий, когда один из классов представлен как неавтономный или менее автономный. В языке это проявляется, в частности, в маркированности женского рода по отношению к мужскому.

В данном разделе представлены системноязыковые и дискурсивные асимметрии, создающие базу для контекстуальных импликаций и инференций в процессах языкового конструирования гендера. Показаны социальные (идеологические) корни асимметричных отношений и их лингвистические последствия.

Анализ позволил выявить следующие типы асимметричных отношений:

- асимметрия, проявляющаяся в отсутствии одного из категориальных контрагентов;
- несовпадение смыслового объема категориальных контрагентов;

³¹ Например, называя женщину «гражданской женой», «любовницей» или «подругой», мы существенной смещаем акценты в оценке ее отношений с партнером-мужчиной.

- асимметрия внутреннего структурирования, связанная с использованием различных принципов членения парных гендерных категорий;
- асимметрия маркированного и немаркированного членов в категориях с ложными родовыми именами («стирание» немаркированной субкатегории).

Первые два типа асимметричных отношений касаются в основном системно языковых дивергенций и устанавливаются на основе лексикографического анализа. Третий тип (асимметрия внутреннего структурирования гендерных категорий) наряду с анализом лексикографических источников предполагает обращение к дискурсу. Что касается «стирания» немаркированной субкатегории, то данный тип асимметрии словарями не фиксируется, но регулярно проявляется в коммуникативной практике.

Наибольший интерес, на наш взгляд, представляет именно последний тип асимметрии как наименее разработанный и наиболее ярко демонстрирующий взаимодействие языковых и ментальных механизмов в гендерной категоризации. Обращение к другим типам позволяет представить явление гендерной асимметрии системно и рассмотреть процесс стирания немаркированной категории на фоне других возможных когнитивных процессов.

Хотя гендер по-разному проявляется в различных языках и культурах, этнокультурная специфика асимметричных отношений касается в основном частных проявлений внутри каждого из выделенных типов, которые можно считать универсальными.

(1) *Отсутствие гендерного контрагента*, когда имеется категория с «мужской» референцией при отсутствии параллельной ей «женской» и наоборот (наличие «женской» при отсутствии «мужской»), является наиболее очевидным типом асимметрии. Исчерпывающий перечень таких категорий может быть выявлен путем лексикографического анализа идеографических полей «мужчина» и «женщина» в каждом языке. При этом мы исходим из

того, что соответствующие лексические единицы имеют статус категориального имени, т.е. обозначают класс предметов, составляющих концептуальную категорию: *гейша, джигит, домработница, женатик, донкихот, громила, вертихвостка, истеричка (hysterical woman) Lucy Stoners* и т.д. Выявленные таким образом категориальные гендерные лакуны в разных языках могут не совпадать в силу их этнокультурной специфики.

И.А. Стернин, разработавший многоаспектную классификацию лексических лакун в языке (предметные и абстрактные, родовые и видовые, межъязыковые и внутриязыковые, номинативные и стилистические и т.д.), в качестве одного из подвидов выделял мотивированные и немотивированные лакуны (по признаку внеязыковой обусловленности). Мотивированные лакуны – это лакуны, которые объясняются отсутствием соответствующего предмета или явления в национальной культуре (*матрешка, лапти, щи* в западноевропейских языках). Немотивированные лакуны не могут быть объяснены отсутствием явления или предмета – они в культуре есть, а слов, обозначающих их, нет (*сутки, кипяток, однофамилец* в западноевропейских языках) [Стернин 2003: 161]. По мнению И.А. Стернина, отсутствие категориального имени в языке не всегда означает отсутствие соответствующего концепта в концептосфере народа. Возможны ситуации, когда явление и предмет имеют место в материальной культуре, но сознание народа это явление или предмет не концептуализирует. Категории или концепты, не имеющие лексического обозначения, в нашем исследовании не рассматриваются.

Анализ гендерных лакун показывает, что в большинстве случаев отсутствие категориального контрагента мотивировано историческими и социальными причинами. Во многих примерах речь идет о гендерно специфичных социальных ролях, когда референтами категориального имени были либо только мужчины (*енускон/bishop*), либо только женщины (*midwife/новитуха*). Вместе с тем имеют место случаи культурно конструируемой асимметрии, когда при наличии того или иного признака у

обоих гендерных контрагентов, концептуализируется как категория только один из них. Например, существование в английском языке идиомы *family man* и отсутствие парной идиомы *family woman* объясняется тем, что быть женой, хозяйкой и матерью считается естественным предназначением женщины: в патриархатной культуре семья мыслится как естественная (и единственная) сфера ее социальной реализации. Данный факт не нуждается в дополнительной вербальной экспликации, а соответствующая категория не концептуализируется как самоочевидная. Для мужчины же быть хорошим семьянином – отдельная добродетель, и языковое сознание концептуализирует это представление, наделяя его категориальным именем с положительным оттенком значения (*family man*). Аналогичным образом можно объяснить отсутствие мужского эквивалента идиом *working mother* («работающая мать») и *career woman* («деловая женщина»), где атрибутивный компонент является сигналом нетипичности соответствующей социальной реализации для представительниц женского пола. В терминологии И.В. Зыковой, в данном случае имеет место концептуально-фразеологическая лакунарность [Зыкова 2003].

Заметим, что хотя в русском языке, по данным словарей, имеются обе лексемы («семьянин» и «семьянинка»), женская номинация практически не используется, тогда как мужское имя весьма частотно и оценочно квалифицируется (хороший/плохой).

Наряду с асимметриями, обусловленными особенностями социальной организации и гендерным разделением труда, можно также говорить о категориальных гендерных асимметриях, сконструированных (коллективным) сознанием. Например, истерия – свойство традиционно приписываемое женщинам, поэтому «истеричка» в русском и *hysterical woman* в английском не имеют мужских контрагентов. Дискурсивное включение в данную категорию референтов мужчин («гуманитарные истерички» (В. Проханов)) создает уничижительный эффект. Основой для контекстуальной импликации такого

рода являются традиционная (патриархатная) гендерная идеология, в рамках которой уподобление мужчины женщине оценивается отрицательно.

Как показало исследование М.В. Сергеевой [Сергеева 2003], отсутствие в лексикографическом источнике словарной статьи по женской лексеме не всегда означает наличие семантической лакуны в языковой системе. Так, в англоязычном толковом словаре под ред. А. Хорнби не регистрируется отдельной словарной статьей лексема *jurywoman* (женский эквивалент *jurymen*), однако она используется, в дефиниции лексемы *juror*. Очевидно, в данном случае можно говорить о лексикографической лакуне, свидетельствующей о том, что женский контрагент соответствующей родовой категории является менее частотным и менее значимым для языкового социума.

Наличие в словарном составе языка лакун, связанных с отражением женского опыта, попыткой заполнения которых стало феминистское словотворчество (см. выше), также можно отнести в к первому типу асимметрии. В уже упоминавшемся словаре Мэри Дейли “Websters’ First New Intergalactic Wickedary of the English Language” содержится целый ряд феминистских неологизмов, заполняющих категориальные лакуны такого рода: *gyn/affection* – «женская дружба, отношения между близкими подругами» (аналог понятия мужской дружбы), *gynergy* – женская сила, «женство», женская потенция (аналог *virility*) и т.п.

(2) Второй тип асимметрии – ***несовпадение смыслового объема категориальных контрагентов*** – также имеет разные проявления.

В русском и некоторых других европейских языках (синтетического типа) имеется немало примеров, когда мужское категориальное имя обозначает лиц определенной профессии или социального статуса, а женское – подчиненную, производную от «мужской», и, следовательно, менее автономную категорию. В этом заключается одно из проявлений социальной ранжированности гендерных категорий, фиксируемой языком, например: «солдат – солдатка» (жена/вдова солдата), «декабрист – декабристка» (жена

декабриста), «казак – казачка» (жена или дочь казака), также *presidentessa* («супруга президента») в итальянском, *bispinne* («жена епископа») в норвежском и др.

В парах гендерно маркированных агентивных существительных русского языка типа «врач – врачиха», «редактор – редакторша» и т.п. женское имя стилистически снижено (имеет разговорный или просторечный характер и соответствующую словарную помету). Здесь налицо коннотативная ценностная асимметрия, при которой лишь слово мужского рода является универсально применимым, а функционирование «женского» имени ограничено субстандартными сферами.

Асимметрию смыслового объема парных категорий в английском языке иллюстрируют этимологически родственные слова, которые в процессе исторического развития подверглись дивергенции – мужское слово сохранило свой первоначальный смысл, а женское обросло сексуальными ассоциациями и коннотациями пейоративной природы: *governor* («губернатор») – *governess* («гувернантка»), *master* («хозяин») – *mistress* («любовница»), *courtier* («придворный») – *courtesan* («куртизанка») и т.д. Иллюстрацией сходного процесса является пара структурно идентичных идиоматических выражений *fancy man* и *fancy woman*, где первое означает лишь «любовник», в то время как второе имеет значения «любовница» и «проститутка». Здесь же уместно упомянуть ценностную асимметрию категориальных имен *bachelor* («холостяк») и *spinster* («старая дева»), где последнее имеет негативные коннотации, отражающие соответствующее отношение (оценку) незамужних женщин в патриархатной культуре общества. На аналогичную коннотативную асимметрию в парах русских гендерных антропонимов «отчим – мачеха» и «тесть – теща» указывает Ю.Д. Апресян [1995].

Социальная ранжированность и/или ценностная асимметрия имеет место и в парах гендерно дифференцированных наименований типа «секретарь» – «секретарша», «кормилец» – «кормилица» и пр., где отражается неодинаковый статус профессий (социальный ролей), обозначаемых словами мужского и

женского рода. Слово мужского рода коннотирует власть и престиж, тогда как женский термин может обозначать подчиненное положение или меньшее проявление власти. Фиксируются четкие межъязыковые параллели. В итальянском, как и в русском, секретарша (*la secretaria*), продвинувшаяся по служебной лестнице и выросшая до руководителя партии, профсоюзной или общественной организации, становится секретарем (*il segretario*); занимая пост директора школы, женщина именуется словом женского рода (*la Directrice*), а руководителя компании – мужского (*il Direttore*). Аналогичная асимметрия имеет место в фольклорных смеховых текстах русской культуры, где прототипный агент педагогического дискурса в школе – учительница, а в вузе – профессор-мужчина [Слышкин 2002: 70].

Эта осознаваемая членами социума ценностная асимметрия является причиной того, что во многих случаях женщины, идентифицируя себя в рамках определенной профессии, предпочитают мужское родовое имя, ср: «Я не поэтесса, я поэт» (М. Цветаева). Примером данной тенденции в английском языке является, например, то, что многие актрисы называют себя актерами (*actor*), а политически корректное *chairwoman* заменяется на гендерно нейтральное *chair* или *chairperson* (ср. также *firefighter*, *police officer* и т.п.). Показателен пример А. Саббатини: женщина-сенатор из Италии, поднимая вопрос об асимметрии практик именованья в итальянском парламенте и осуждая сексизм в языке и его негативное влияние на женщин, тем не менее предпочла определить себя в газетной статье с помощью мужской формы «*Sono un Senatore famoso*» из-за тривиализующего эффекта соответствующей женской формы [Sabatini 1985: 72]. С. Ромейн упоминает женщину-редактора крупного новостного журнала, которая возражала против того, чтобы ее называли женским именем *la redactrice* вместо мужского *la redacteur*, поскольку не хотела, чтобы думали, что она является редактором женского журнала [Romaine 1999].

Приведенные примеры подтверждают, что гендер – это набор социальных практик, посредством которых индивид конструирует и заявляет свою идентичность, а не только система категоризации людей.

(3) *Асимметрия внутреннего структурирования парных категорий* заключается в том, что гендерные категории, которые находятся в оппозиции друг к другу, могут далее структурироваться разными способами, в рамках разных фоновых полей. Речь идет об асимметрии семантических параметров из которых складывается в пределе определительное множество концептов «мужчина» и «женщина» в данной культуре. Для полноты описания мы рассмотрим как системно-языковые, так и дискурсивные асимметрии, поскольку применительно к данному типу асимметричных отношений опора лишь на лексикографический материал представляется недостаточной.

В феминистской лингвистической литературе неоднократно указывалось на асимметрию референциальных форм *Mr.* и *Mrs./Miss* в английском языке, где женские формы содержат информацию о семейном статусе референта-женщины, а мужская – лишена такой информации. Данная асимметрия не была полностью устранена даже с введением формы *Ms*, которая мыслилась как женский аналог *Mr.* Исследователи справедливо подчеркивают, что о симметрии можно будет говорить, только если исчезнут варианты *Mrs.* и *Miss*, чего пока не происходит. Напротив, по наблюдениям Донны Аткинсон [см. Ромейн 1999: 310] в Канаде, например, большинство по-прежнему используют *Mrs* как обращение к замужним женщинам, *Miss* – тем, кто не был замужем, а *Ms* – разведенных. При этом для многих *Ms* коннотирует желание скрыть свой статус одинокой женщины. Следовательно, есть основания полагать, что семейный статус женщины продолжает оставаться в данной культуре параметром бóльшей социальной значимости, чем семейный статус мужчины.

Примером аналогичной асимметрии в русском языке могут служить, архаичные «барин» – «барыня/барышня», «боярин – боярыня/боярышня», «князь» – «княгиня/княжна» и пр. В обоих случаях женская понятийная

категория в отличие от парной мужской включает субкатегории, характеризующие семейный статус референта (замужество – девичество).

Категориальные имена «женщина» и «девушка» в русском (по крайней мере в рамках одной из когнитивных моделей кластера) дифференцированы на основе принципа «вступление в брачные отношения», тогда как в аналогичной «мужской» паре «мужчина – юноша/парень» актуальным является параметр «возраст». Асимметричны и словарные дефиниции категориальных имен «мужчина» и «женщина», при этом словарь акцентирует прокреативную роль женщины³². В этой связи интересны наблюдения Н.А. Уфимцевой, по данным которой (свободный ассоциативный эксперимент), понятия «муж» и «отец» как социальные ипостаси русского мужчины «слабо представлены в обыденном сознании современных русских», в то время как «наиболее распространенная социальная роль женщины, закреплённая в общественном сознании, – это мать» [Уфимцева 1996: 153 – 154].

Существенную асимметрию (системноязыковую и дискурсивную) обнаруживает структурирование базовых гендерных категорий по параметру внешности. П. Экерт и С. МакКоннел-Джине приводят в качестве примера текст из статьи в «San Jose Mercury News» от 7 ноября 1999г., где описывается появление женщины-канцлера университета Калифорнии в Санта-Круз [Eckert, McConnel-Ginet 2003: 247]. Когда студентам Стенфордского университета предложили переписать этот текстовый фрагмент³³, трансформировав его в рассказ о мужчине-администраторе такого же уровня, то оказалось, что сделать это практически невозможно, ввиду отсутствия денотативно и коннотативно адекватных «мужских» аналогов, описываемых деталей внешности. Любопытна в этой связи аналогия с исследованием Г.И.

³² «Женщина - 1. Лицо, противоположное мужчине по полу, та, к-рая рождает детей и кормит их грудью. 2. Лицо женского пола, вступившее в брачные отношения. <...> Мужчина - 1. Лицо, противоположное женщине по полу. *Будь мужчиной!* (веди себя так, как подобает мужчине). *Поговорим как м. с мужчиной* (как подобает мужчинам). 2. Такое взрослое лицо, в отличие от мальчика, юноши.» [ТСРЯ с.194-195]

³³ «R. C. Greenwood walks into a dark room lit only by black-light bulbs. The 56 year-old chancellor of the 34 year-old University of California Santa-Cruz is wearing a peach blouse, slacks, a double strand of pearls and sensible heels – an outfit that darkens under the ultraviolet light, while her bra glows through the thin material like an X-ray. Greenwood is short, her light-colored matronly hair patched by gray at the sides»

Кульдеевой, где отмечается, что в случаях, когда имена собственные в казахском языке описывают внешность, компоненты «коз» (глаза), «шаш» (волосы), «талмак» (шея) встречаются только в женских именах. Кроме того в женских именах-дезиративах (пожеланиях), в отличие от мужских, не используются компоненты, обозначающие богатство; они в основном относятся к семантическому полю «красота» [Кульдеева 1993].

Не преследуя цели выявить полный перечень алломорфных принципов структурирования категорий «мужчина» и «женщина» в рамках данной работы, мы сделали выборку из «Толкового словаря русского языка» С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой, которая выявила значительное количество категориальных имен, объединяющих мужчин по признаку крупного телосложения и силы: *амбал, детина, громила, жеребец, бугай, лоб, кабан, верзила, буйвол, слон, Атлант, богатырь, дуб* и т.п. Сочетание данных критериев не актуально для категоризации женщин, где есть свои доминанты – внешность и поведение.

Показательным с точки зрения внутреннего структурирования гендерных категорий является анализ сочетаемости репрезентирующих их лексем, позволяющий выявить, какие признаки чаще актуализируются, какие оценки превалируют. С. Ромейн приводит сравнительную таблицу сочетаемости английских слов *man, woman, boy* и *girl* с рядом прилагательных (цифры в таблице показывают число фиксаций соответствующей коллокации на 3 миллиона словоупотреблений в корпусе образцов записей современной английской речи [Romaine 1999: 139]):

Collocations With *Man/Woman* and *Boy/Girl*
in the British National Corpus

	Woman	Girl	Man	Boy
Blonde	25	28	1	1
Frigid	2	0	0	0
Good	57	253	258	216
Honest	11	2	68	1

Hysterical	14	1	0	0
Intelligent	17	9	44	3
Loose	3	2	1	1
Neurotic	2	2	2	0
Silly	16	35	0	10
Ugly	6	4	0	0

Ромейн обращает внимание на более высокую встречаемость прилагательных *blond* («белокурая») и *ugly* («некрасивая») с женскими лексемами и подчеркивает количественное преобладание коллокаций с положительно окрашенными прилагательными (*good, honest, intelligent*) для слова «мужчина», в то время как негативно коннотированные *frigid* и *loose*, относящиеся к сексуальности, чаще встречаются с женскими категориальными именами. Она также подчеркивает, что сочетаемость положительно коннотированных прилагательных с лексемой *man*, обозначающей взрослого мужчину, выше, чем с лексемой *boy*, в то время как в паре *woman – girl* обнаруживается обратная зависимость (у слова *woman* больше отрицательных ассоциаций, чем у слова *girl*). Думается, в данном случае можно говорить об аксиологической асимметрии в структуре соответствующих категорий.

Анализ типичных образцов сочетаемости лексем «мужчина» и «женщина» в «Учебном словаре сочетаемости русского языка» под ред. П.Н. Денисова и В.В. Морковкина позволил выявить ряд оценочных прилагательных, характеризующих женщину, для которых не характерна сочетаемость со словом «мужчина», при этом доля негативно коннотированных слов в этом ряду (*глупая, злая, сварливая, грубая, хитрая, завистливая, вздорная, крикливая, капризная, скандальная, нечистоплотная* и т.д.) выше, чем положительно коннотированных (*чуткая, милая, очаровательная* и др.), что также может считаться проявлением аксиологической асимметрии. Большинство таких прилагательных репрезентирует признаки и качества, соотносимые с женщинами в силу

доминирующих культурных представлений и стереотипов (ср. *беззащитная, крикливая* и т.п.).

Интересно, что типичная сочетаемость слова «мужчина» не включает слов «хороший», «плохой», репрезентирующих оценку «в чистом виде», в то время как они открывают список типичной сочетаемости слова «женщина», что дает основания полагать, что в дискурсивных практиках женщина чаще становится объектом оценки. При этом уместно заметить, что сочетаемость слова «мужчина» в целом уже, поскольку частично представления о мужчине кодируются с помощью слова «человек». Например, мы говорим «чудесная женщина» и не говорим «чудесный мужчина», но возможность соответствующей референции к мужчинам предусмотрена в рамках сочетаемости слова «человек» (*он чудесный человек*) [Кирилина 2004: 169].

Исследователи фиксируют асимметрии внутреннего структурирования категорий «мужчина» и «женщина» в различных языковых регистрах и типах дискурса. Так, Лорел Саттон, изучавшая наименования женщин в американском студенческом сленге, обнаружила, что наибольшее количество сленгизмов, именующих женщин, акцентируют их внешнюю привлекательность и сексуальное поведение [Sutton 1995]. В работе Джулии Пенелоп выявлено более 200 слов и выражений для наименования сексуально доступных женщин в английском языке, при этом подчеркивается, что данный признак не является актуальным для концептуализации мужчины [Penelope 1977]. Аналогичный вывод сделан Е.Н. Гуц на материале жаргонизмов русского языка: «Синонимический ряд слов, обозначающих проститутку, развратную женщину, женщину легкого поведения, самый представительный в любом словаре тюремно-лагерного жаргона... Однако слов, обозначающих «гулящего» парня, мужчину, и в просторечии и тем более в арго и жаргоне – единицы» [Гуц 2001: 170].

Г. Г. Слышкин, анализируя особенности гендерной концептосферы современного русского анекдота, констатирует количественную и качественную асимметрию идентифицирующих признаков гендерно

маркированных антропонимов, которые он именуется «входами» в концепты «мужчина» и «женщина» [Слышкин 2002: 71 – 72]. По его наблюдениям, в данном типе дискурса для концепта «женщина» актуальны три идентифицирующих признака: семейно-родственные отношения (40% «входов»: жена (30), мама (2), теща (2), дочка, молодая супруга, невеста, сестра), профессия, должность (10,5%: медсестра (3), продавщица (2), учительница (2), английская королева, кассирша, нянечка) и возраст (10,5%: девушка (3), девица, девка, молодая женщина, молодая супруга, молоденькая, пенсионерка, старушка). Концепт «мужчина» структурируется восемью идентифицирующими признаками: профессия, должность (24,5% - доктор (5), врач (4), профессор (4), продавец (3), инженер (2), президент (2), администратор, ассистент, бармен, ведущий, воздушный гимнаст, гангстер, генерал, денщик, директор банка, директор зоопарка, кладбищенский смотритель, компьютерщик, лесник, милиционер, моряк, молодой матрос, молодой рабочий, налоговый инспектор, официант, печник, полисмен, поп, проводник, санитар, слесарь, студент, султан Брунея); семейно-родственные отношения (16,7% - муж (18), сын (5), отец (3), дед, жених, папа, папаша, твой [муж], мой маленький); имущественное положение (10,4% - новый русский (15), бомж (3), инженер (2)); возраст (7,8% - Вовочка, маленький мальчик (3), молодой человек (2), старик (2), старый еврей (2), молодой матрос, молодой мужик, молодой рабочий, парень, старикашка); пороки (6,8% - наркоман (7), алкаш, гомосексуалист, онанист, пьяный, пьяный мужик, токсикоман); национальность (5,7% - грузин (5), старый еврей (2), цыган, шотландец) и состояние здоровья (4,6% - больной (5) пациент (3), инвалид). Как видим, здесь гендерная асимметрия имеет два измерения: во-первых, налицо количественный дисбаланс между концептами «мужчина» и «женщина» по идентифицирующему признаку «профессия, должность»: у мужчин – на первом месте из восьми «входов» в концепт (25,5%); у женщин – на втором месте из трех (10 %); во-вторых, налицо гораздо большая дифференциация

идентифицирующих признаков концепта «мужчина», нежели входов в концепт «женщина».

Дж. Батслир отмечает, что в популярных английских художественных текстах конструирование образов героев (особенно второстепенных) базируется на стереотипах и воспроизводит определенный гендерный порядок и идеологию. Когда речь идет о внешности мужчин, акцентируется, как правило, описание головы, телосложения и общего внешнего впечатления, тогда как у женщин описываются части тела – ноги, грудь, волосы, кожа [Batsleer 1985].

Мира Ариэль, исследовавшая способы представления мужчин и женщин на телевидении, в журналах и популярной литературе в израильском обществе, представляет параметры, релевантные для каждой категории, в следующем порядке: женщины: *зависимость* (dependency) > *пол* > *профессия* > *имя* > *иное*; мужчины: *профессия* > *имя* > *зависимость* > *иное* > *пол*. Таким образом, для женщин наиболее релевантными параметрами являются «зависимость» (чья-то мать, жена, сестра) и «пол», тогда как для мужчин приоритетным признаком оказывается профессия, а параметр пола наименее значим. Подчеркивается, что практика представления мужчины как мужа гораздо менее распространена, чем представление женщины как жены [Ariel 1988].

Этот вывод подтверждают наблюдения Сары Миллз, анализировавшей репрезентации мужчин и женщин в текстах британских газет [Mills 1995: 163]. Она отмечает, что референтов-женщин обычно представляют со ссылкой на их семейный статус и отношение к другим людям/членам семьи (*mother of three*, *Mrs Brandon*/ *мать троих детей*, *миссис Брандон*) или характеризуя их с точки зрения внешности (*Mrs. Smith, a trim brunette from Woking* /*Миссис Смит, миловидная брюнетка из Воукинга*). Когда же речь идет о мужчинах, прежде всего упоминается профессия или род занятий.

Исследователи газетного спортивного дискурса подчеркивают, что при создании образа мужчины-спортсмена акцентируются его сила и атлетизм,

мастерство, психологические качества (агрессивность, умение подавить соперника). У женщин же, помимо спортивных качеств, актуальными параметрами являются все те же внешность и семейное положение [Трубченинова 2003].

Сходные асимметрии имеют место в рекламном дискурсе, когда мужчинам атрибутируются такие качества, как стабильность, профессионализм, престиж, обеспеченность и т.п. У женщин самым значимым является параметр внешности; они, как правило, представлены в роли сексуального объекта, хозяйки дома, недалеких, зависимых, обремененных домашними заботами и т.п. [Гусейнова 2002].

По наблюдениям М.В. Городниковой, в текстах брачных объявлений наряду с привлекательностью, юным возрастом женщины подчеркиваются ее домовитость, хозяйственность, приверженность патриархатному укладу. Упоминаются или предполагаются такие качества, как простодушие, безобидность, скромность, гарантирующие иерархическое подчинение мужчине. У мужчин к приоритетам относятся профессиональная ориентация, образование, предпочтительные виды досуга, экономическая независимость, политическая ориентация. Новые приоритеты предполагают психологический портрет женщины, включающий черты, традиционно приписываемые мужчине – высокий интеллект, целеустремленность, интерес к разным сторонам общественной жизни, успешность карьеры, что свидетельствует о некотором сближении принципов внутреннего структурирования гендерных категорий (при сохранении массового воспроизводства традиционных гендерных стереотипов) [Городникова 1999: 39 – 40].

Таким образом, соглашаясь с выводом М.С. Колесниковой о важности лингвострановедческих словарей в плане «консервации» социальной стратификации женщин и мужчин, их социальных ролей, типичных для конкретных периодов развития общества [Колесникова 2001], следует добавить, что весьма показательны в этом смысле и другие типы дискурса.

(4) Четвертый тип асимметрии связан с языковым понятием маркированности и объединяет случаи *«стирания» немаркированной субкатегории в категориях с ложными родовыми именами*. Объединение предметов в одну категорию означает их рассмотрение как более или менее одинаковых (однородных) в рамках определенного фонового поля. Различия, которые могут существовать внутри категории, видятся при этом как значительно менее важные, чем ее отличие от оппозиционной категории в рамках данного поля.

Отношения между категориями «мужчина» и «женщина» могут быть двух типов. Первый тип отношений – это поляризованные оппозиции, когда противопоставляемые категории рассматриваются на одном уровне, как характеризующиеся каждая свои набором отличительных признаков (в лингвистике такие оппозиции называют эквиполентными). Второй тип отношений можно охарактеризовать термином «привативные», который означает, что один из классов рассматривается как родовая альтернативная категория, лишенная дистриктивных признаков, характеризующих вторую, маркированную, категорию.

Оба типа отношений иллюстрируют схемы, приведенные (применительно к английскому языку) в книге П. Экерт и С. МакКоннел-Джинне [Eckert, McConnel-Ginet 2003: 243]. Знак «+» означает маркированность по определенному признаку:

1. Поляризованные оппозиции:

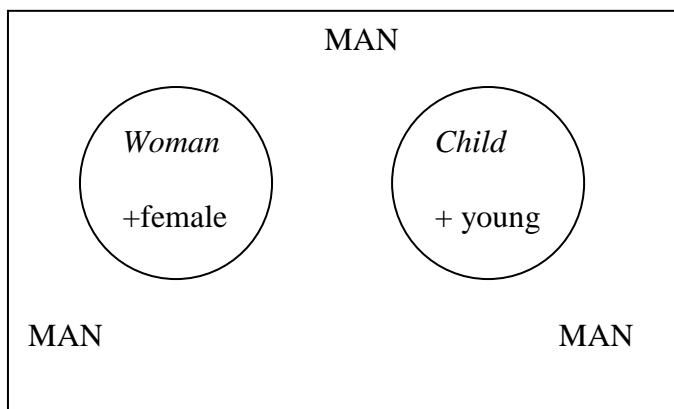
	+ female	+ male
+adult	<i>Woman</i>	<i>Man</i>
+child	<i>Girl</i>	<i>Boy</i>

На данной схеме контрастирующие категории являются взаимоисключающими и вместе полностью (исчерпывающе) покрывают все

поле, в котором оперируют. Любая точка поля относится либо к одной, либо к другой из непересекающихся субкатегорий.

Вместе с тем в лингвистической практике имеют место случаи, когда поле контраста структурируется привативно, т.е. в нем выделяется категория по умолчанию (немаркированный член) и маркированная категория, обладающая признаками, которых нет у первой (фоновой) категории.

2. Фон (категория по умолчанию) vs маркированные категории:



Здесь женщины (и дети) являются маркированными, а мужчины – немаркированной субкатегорией – точнее, категорией по умолчанию, фоном или «нормой», обозначаемой существительным мужского рода или категориальным именем с метагендерной референцией, ср: *the settlers and their wives* (поселенцы и их жены), *three Brazilians and a woman* (три бразильца и женщина), *Allegations Embroil Financier and Woman* (финансист и женщина) и пр. П. Трейчлер и Ф. Франк назвали их «ложными родовыми именами» (*false generics*) [Treichler, Frank 1989].

Английский язык, в котором нет грамматической категории рода, а большинство статусных антропонимов и наименований профессий не имеют формальных маркеров пола, дает особенно много примеров такой категоризации, ср.: (1) *Over a hundred Muslims civilians were killed, and many women and children* (NPR broadcast of «Morning Edition» on January 14. 2000) /... убито около сотни гражданских мусульман, а также много женщин и детей. (2) *When we woke in the morning we found that the villagers had all left by canoe in the night, leaving us alone with the women and children* / Когда мы

проснулись утром, то обнаружили, что все селяне ночью уехали на каноэ, оставив нас одних с женщинами и детьми» (цит. по: Eckert 2003: 243)

Данный тип асимметрии присутствует и в научном дискурсе, когда мужской язык трактуется как собственно язык, а женский – как отклонение от него. Например, в книге О. Есперсена «Язык: его природа, развитие и происхождение» имеется глава «Женщина» (в одном ряду с главами «Пиджин» и «Иностранец»), но нет главы «Мужчина». Прозвучавший в середине 1970-х гг. призыв У. Лабова изучать живой разговорный язык в его каждодневном бытии фактически использует тот же принцип категоризации, ср: «... *language as it is used in every day life by members of the social order, that vehicle of communication in which they argue with their wives, joke with their friends, and deceive their enemies / ... язык как он используется в повседневной жизни членами общества, как средство коммуникации, на котором они спорят со своими женами, шутят с друзьями, обманывают врагов» [цит. по: Romaine 1999: 2 (перевод мой. – Е.Г.)].*

Алгоритм категоризации во всех вышеприведенных примерах предполагает «стирание» немаркированной субкатегории (или субкатегории по умолчанию), включающей представителей мужского пола, и ее слияние с фоном – родовой категорией: мужчины-селяне, мусульмане, члены общества (*members of social order*) и т.д. становятся «нормой» или просто селянами, мусульманами и т.д. Стирание субкатегории по умолчанию является частью того, что поддерживает и подчеркивает отличие маркированной женской категории от немаркированной мужской.

Данный способ категоризации, разумеется, не ограничивается рамками английского языка, хотя по причинам, указанным выше (отсутствие грамматической категории рода у существительных), представлен в нем шире, чем например, в русском, где значительно выше доля гендерно дифференцированных наименований (*летчица, гражданка* и т.п.). В этом смысле можно говорить о меньшей степени андроцентричности русского языка, в котором женщины более «заметны».

Вместе с тем, и русский язык дает немало примеров аналогичной асимметрии. Речь идет не только о шутках типа «Она не женщина, она депутат» (Ю. Богомолов) или фольклорных смеховых текстах-анекдотах («В поезде едут русский, грузин и женщина»), но и о других типах дискурса. Например, в заголовке статьи газеты «Известия» (14.12.2003) «*Больше женщин и проверенных партийцев*», где рассказывается о распределении думских портфелей, стирание немаркированной субкатегории «мужчины-партийцы» ведет к тому, что она перестает существовать как категория: мужчины становятся «просто» партийцами и в этом качестве противопоставляются женщинам.

Визуальной иллюстрацией данного типа асимметрии может служить предвыборный ролик Центральной избирательной комиссии РФ, вызвавший протест избирательного штаба И. Хакамады, где на детских рисунках Президент РФ изображен в образе мужчины. Причина асимметрии во всех этих случаях заключается в периферийном положении женской субкатегории и центральном (прототипическом) характере мужской в рамках категорий с ложными родовыми именами. Слияние немаркированной субкатегории с фоном приводит к категориальной трансформации, результатом которой становится отмечаемая отечественными и зарубежными исследователями контрадикторность концепта женщина не своему контрагенту мужчине, а человеку вообще [Телия 1996: 287].

Заметим, что в роли маркированной может выступать не только категория «женщина», но и другие классы с выраженным признаком женского рода. Например, в реплике тележурналиста «Вестей» о динамике валютных курсов (интервью с вице-премьером А. Жуковым, 26.04.2004) специалисты противопоставляются домохозяйкам: «*Специалистам это, может быть, понятно, домохозяйкам – нет*».

Хотя статусные антропонимы типа «специалист», «политик», «президент», «депутат», «партиец» и т.п., как и вышеупомянутые английские лексемы *settler*, *villager*, *Muslim civilians*, *members of social order* не имеют

семантических маркеров, ограничивающих их референцию исключительно лицами мужского пола, они являются родовыми именами, потенциально способными исключать тех, кто принадлежит к маркированной категории «женщина». Иллюстрацией описываемых процессов в норвежском языке служит семантическое развитие слова *størtingsrepresentant* («депутат стортинга» – норвежского парламента), которое было создано как метагендерный эквивалент лексемы *størtingsman*. Однако, поскольку политик/депутат традиционно ассоциируется в языковом сознании с мужчиной, очень скоро новое слово приобрело стойкие «мужские» ассоциации, так что стало возможным говорить о «депутатах стортинга и их женах». Аналогично норвежское *sykepleier*, созданное как метагендерное обозначение санитаров обоего пола, обнаружило тенденцию к преимущественно мужской референции, а для обозначения женщин предлагалось образовать новое слово с помощью соответствующего «женского» суффикса – *sykepleierste* [Blaker 1975].

Одной из причин стирания немаркированной категории является то, что дискурсивные практики предоставляют мужчинам больше возможностей для метагендерного позиционирования, чем женщинам. Это подчеркивали, например, Розалинда Блэк и Мэри Каоэрд, критикуя упрощенный подход Д. Спендер к раскрытию природы андроцентричной асимметрии в языке [Black, Coward 1998]. Напомним, что Спендер в книге «*Мужчина сделал язык*» писала о «семантическом правиле», согласно которому язык кодирует только мужской опыт (мужскую картину мира), а женщины лишены возможности создавать значения. Аргументируя свой подход с исторической точки зрения, Блэк и Каоэрд подчеркивают, что на определенном этапе развития общества (с появлением капиталистического государства) возникает новая позиция – обобщенного политического субъекта, представляющего всех людей/граждан (в докапиталистический период право субъекта являлось производным от конкретного статуса). Таким обобщенным субъектом – политики, права, познания и даже научных исследований – в истории традиционно являлся

мужчина. Женщины исключались, поскольку открытые для них субъектные позиции в большинстве своем были маркированы не только по признаку пола, но и по признаку отношения к мужчине. Это, естественно, сопровождалось семантическим исключением женщин из категорий *person, citizen, individual*, создавая лингвистически возможность занять негендерную субъектную позицию для мужчин и ограничивая такую возможность для женщин.

Своеобразной иллюстрацией данного феномена может служить исследование Ф. Браун, которая, анализируя способы перевода на немецкий язык наименований лица в языках, лишенных категории рода (например, турецком), выявила тенденцию соотносить их с немецкими существительными мужского рода. Браун интерпретировала полученные данные, опираясь на теорию прототипов Э. Рош, согласно которой внутри категории различные ее члены могут обладать разным статусом. Применительно к языку можно сказать, что наименования лица мужского и женского рода различаются текстуальным статусом (мужская категория когнитивно более заметна) [Brown 1997].

Следует отметить, что гегемония «мужского» как фоновой категории и «нормы» не универсальна; данный тип категоризации характерен для определенных дискурсивных контекстов. В сообществах, где большинство идентифицирует себя с маркированной группой (в женском коллективе, в группах подруг) «мужчина» будет определяться как оппозиционная категория аналогично тому, как, например, в районах, где живут афро-американцы, белые будут маркированной категорией, а черные – нормой.

Замена мужского родового *he* на родовое *she* в современных английских научных и публицистических текстах, сигнализирующая политическую приверженность авторов идее гендерного равенства [Fairclough 1989; Cameron 1995; Mills 1995; Weber 1996], представляет собой реверсию гендерных субкатегорий внутри общего поля и придание женской форме статуса немаркированной (фоновой, родовой).

Интерпретация содержания категорий с ложными родовыми именами может зависеть от отношения классифицирующего субъекта к проблеме гендерного равенства. Эксперименты Ф. Хосрошахи показали, что для тех, кто относит себя к феминистам, вероятность использования мужских лексем (*he, man* и т.п.) в качестве родовых существенно ниже. Кроме того они более склонны интерпретировать аналогичные формы, употребленные другими людьми, как метагендерные, т.е. включающие женщин [Khosroshahi 1989; Bing 1992]. С другой стороны, использование политкорректного языка не означает исчезновения гендерных стереотипов. Когда группе студентов Гарварда предложили нарисовать картинку, отражающую содержание предложений *An unhappy person could still have a smile on his/her face* и *An unhappy person could still have a smile on her/his face*, оказалось, что число мужских изображений значительно превышало число женских, независимо от порядка следования местоимений и от того, придерживались ли сами студенты политкорректного использования местоимений или продолжали использовать родовое *he*. Вместе с тем, наибольшее число женских изображений дали студентки, которые придерживались реформированного языка.

Любопытным в этой связи представляется наблюдение И.В. Зыковой, которая указывает, что при непонимании значения идиомы с агентивной лексемой (*silent butler* – «совок для собирания крошек, пепла», букв. «молчаливый дворецкий»), информанты-мужчины определяли ее гендерную референцию как маскулинную, а информанты-женщины предпочтение отдавали метагендерной референции [Зыкова 2003: 203]. Вероятно, в данном случае, как и в примерах выше, речь может идти о «биосоциальном параметре как факторе, влияющем на когнитивный акт установления дистанции отчуждения» [Колосова 1996].

Исследователи отмечают гендерно асимметричную динамику интерпретации категорий с ложными родовыми именами. В 1973 – 75-х гг. Вирджиния Шайн, исследовавшая отношения между полоролевыми стереотипами и качествами, необходимыми для руководителя, на основе

анализа вопросников, заполненных 300 руководителями-мужчинами и 167 руководителями-женщинами, выявила высокую степень соответствия терминов, описывающих понятия «*men*» и «*managers*» и почти полное отсутствие сходства в случае с «*women*» и «*managers*» [Shein 1973; 1975]. Тот же эксперимент, повторенный несколькими исследовательскими коллективами в 1989 году, обнаружил существенные расхождения: у мужчин отмечалась та же модель восприятия, тогда как у женщин был зафиксирован высокий рейтинг сходства как в паре «*managers*» и «*men*», так и в паре «*managers*» и «*women*» [Shein 1989; Heilman 1989]. По данным Шайн, аналогичные результаты были получены в исследованиях, проведенных в Великобритании, Германии, Китае и Японии.

Анализ феномена «стирания» немаркированной категории эксплицирует связь между понятиями «асимметрия», «маркированность» и «прототипический эффект». С когнитивной точки зрения, термин «маркированность» используется для описания своего рода прототипического эффекта – асимметрии внутри категории, где один из членов (субкатегорий) рассматривается как более базовый. В роли категориального прототипа выступает немаркированный член – субкатегория по умолчанию, которая актуализируется в случаях, когда возможна актуализация лишь одного члена категории при прочих равных.

Такое понимание акцентирует социальную составляющую гендерной категоризации. Сегодня мало кто согласится с утверждением, что «тот факт, что мужской род в английском языке является немаркированным (или, что женский род является немаркированным в языке индейцев Туника) – это просто особенность грамматики»³⁴. Статус мужского рода как немаркированного и его слияние с фоном в ложных родовых именах объясняется не грамматическими (внутриязыковыми), а социальными причинами. Растущее влияние эгалитарной гендерной идеологии в западном

³⁴ Цитата из статьи “Pronoun envy”, опубликованной в 1970-х гг. профессорами департамента лингвистики Гарвардского университета в университетской газете в знак протеста против феминистской критики метагендерного использования “he” [цит. по: Cameron 1995:94]

обществе отражается в лексической и грамматической системе языка (политкорректные наименования лица, употребление *they* в единственном числе). При этом стирание одних асимметрий, сопровождается созданием новых. Например, согласно словарю «Longman Dictionary of Contemporary English» (2001г.), гендерно симметричная оппозиция *actor* – *actress* более не является таковой. Слово *actress* сохраняет свою родовую принадлежность («*a woman who performs in a play, film or television program*»), а слово *actor* меняет мужскую референцию на метагендерную, определяясь с помощью неопределенного местоимения *someone* – «кто-то, некто» (*someone who performs in a play, film or television program*). Заметим, что словарь 1974г. издания дает только мужскую референцию (*actor - man who acts on the stage, TV and in films*). Причина изменения, очевидно, заключается в том, что, как указывалось выше, ввиду тривиализующего эффекта женской формы женщины-актрисы предпочитают называть себя мужским родовым именем *actor*. Политкорректные лексикографические источники фиксируют это «право» лингвистически.

Заметим, что с формальной точки зрения асимметрия *man* - *woman* и *actor* - *actress* идентичны: в обоих случаях левый член оппозиции обозначает как референтов мужского, так и обоего пола, а правый – только женского. Тот факт, что первая оппозиция использовалась для иллюстрации сексизма в языке, а вторая отражает тенденции политкорректности, является еще одним подтверждением того, что «наделение лингвистических форм значением социально и ситуативно обусловлено» [McConnel-Ginet 1998: 202], а для его «узнавания» необходим доступ к общим лингвистическим и культурным знаниям о гендере.

4.8. Кросс-культурные асимметрии в гендерной категоризации

Гендер – это конвенциональный идеологический конструкт, по-разному проявляющийся в разных языках и культурах. Выше указывалось, что этнокультурная специфика асимметричных отношений в гендерной

категоризации в той или иной степени проявляется в каждом из выделенных типов асимметричных отношений. Анализ показывает, что межъязыковые асимметрии связаны не столько с отсутствием реалий, сколько с различиями в восприятии, структурировании и концептуализации мира представителями разных культур. Например, известная форма референции к замужней женщине *Mrs. X* в англоязычной Гане воспринимается как маркер сословно-классовой принадлежности [Gritsenko, Boxer 2005]. По данным наших информантов (социологов Акошуа Адомако Ампофо и Акошуа Дарквар), институт фамилий пришел в Гану вместе с христианской традицией. Изначально и у мужчин, и у женщин были только имена, и в сельской местности многие женщины до сих пор не имеют фамилий и, соответственно, не меняют имени, вступая в брак.

В исследовании А.В. Кирилиной на основе анализа толковых словарей и словарей сочетаемости русского и немецкого языков, сделан вывод о том, в чем немецком языке *Mensch* и *Mann* проявляют значительно больший параллелизм и синонимичность значения, чем *мужчина* и *человек* в русском. Хотя слово «человек» в ряде случаев соотносится в русском языке только с лицами мужского пола, оно в значительно меньшей степени, чем *Mensch* и *Mann* в немецком реферирует именно к полу обозначаемого лица. Еще одно отличие слов *Mann* и *мужчина*, явствующее из сравнения словарных дефиниций – это подчеркивание доминирующей, главенствующей роли мужчины в репродуктивном процессе. Большинство исследованных словарей в статье *männlich* под первым номером дают интерпретацию, в которой акцентируется производящая, оплодотворяющая функция мужчины. В русских словарях аналогичные толкования отсутствуют. Напротив, акцентируется прокреативная функция женщины [Кирилина 2004: 163 – 164].

Категориальным именам *girl* (англ.), *Mädchen* (нем) в русском соответствуют два слова – «девочка» и «девушка», обозначающие соответственно лицо женского пола от рождения до достижения половой зрелости и лицо женского пола от достижения половой зрелости до замужества. Лексемы «*woman*» и «*женщина*» при кажущемся изоморфизме

также не являются кореферентными: пары *женщина - девушка* и *woman - girl* по-разному делят семантическое пространство лиц женского пола в соответствующих языках. Если для русского языка и культуры актуальными (в зависимости от когнитивной модели, относительно которой определяется каждая из категорий) являются признаки «возраст» и «вступление в брачные отношения», то в английском языке под влиянием феминистского дискурса и стремления к политкорректности «нормой» стало положение, когда слово *girl* считается уместным лишь в тех контекстах, где применительно к лицам мужского пола может быть употреблено слово *boy*. В результате, если, например, абитуриенток высшего учебного заведения в русском языке (культуре) отнесут к категории «девушка» (возраст, статус), то в английском – это молодые женщины (*young women*): употребление в данном случае лексемы *girl* считается политически некорректным³⁵.

Значительно бóльшую социально-возрастную дифференциацию обнаруживает категоризация женщины в башкирском языке [Фатыхова 2001]. Здесь в терминах для обозначения девушки отразились народные представления о том, что главное ее предназначение – выйти замуж, и переход ее во взрослое состояние обозначался категорией, производной от понятий времени и роста. В начале совершеннолетия девушку называли *ускэн кыз* – «подростая девушка», в пике совершеннолетия – *еткэн кыз* – «созревшая девушка» и *кейзугэ бирерлек кыз* – «девушка на выданье». В конце совершеннолетия, если девушка не выходила замуж, ее относили к категориям *карт кыз* («старая дева»), *ултырын кыз* («засидевшаяся девушка»). После заключения брака для обозначения зрелости использовалось слово *катын* («женщина, жена»), а категория «старость», подразумевавшая неспособность женщины рожать, обозначалась словами *эбей* и *карсык*.

³⁵ Подчеркнем, что речь идет об общей тенденции, характерной для публичного дискурса, без учета потенциально возможных индивидуальных и групповых предпочтений, связанных со стилистическими и иными причинами.

Исследование немецкого и русского фразеологического фонда выявило, что в русском материале образ женщины представлен гораздо шире, чем в немецком не только в количественном, но и в качественном отношении: отражены разнообразные социальные роли степени родства, этапы жизни женщины, ее разнообразные задачи и умения [Кирилина 1999: 138]. Вообще, как подчеркивает В.Н. Телия, «для русского обыденного самосознания нехарактерно восприятие женщины как слабого пола и противопоставление ее “сильному полу”»: эти сочетания, вышедшие из книжно-романтического дискурса, не стали принадлежностью обиходно-бытового употребления языка» [Телия 1996: 263]. Упомянутое исследование А.В. Кирилиной, а также ряд замечаний В.И. Карасика [Карасик 1996] о негативных обозначениях женщин в русском и английском языках дают основания говорить о сниженной мизогинии русского языка как факторе кросс-культурной асимметрии.

Асимметричны смысловые доминанты эмоционально-экспрессивных (уменьшительно-ласкательных) форм мужских и женских имен собственных в различных языках. По наблюдениям А. Вежбицкой, в польском формы на *-ch* выделяют мужчин в качестве объекта особых положительных чувств и фиксируют «мужественность» как положительное качество (т.е. ценность, которая признается обоими полами), а формы на *-chna* выделяют женщин и девочек в качестве объекта особых положительных эмоций и фиксируют «женственность» как особое положительное качество (т.е. ценность, которая признается обоими полами) [Вежбицкая 1996: 194]. В английском языке отсутствуют формы имен, передающие одновременно и мужественность и теплоту, т.е. эмоции. В русском же языке эмоциональность присутствует, а четкое разграничение мужественности и женственности в экспрессивных формах личных имен почти не выражается. Здесь отмечается некоторая экспансия «женских» форм выражения (*Коленька, Ванюшка*). А.В. Кирилина дополняет ряд экспрессивных мужских имен собственных русского языка формами, характерными для языка юношей и подростков (*Вован, Костян,*

Гошан), в которых подчеркивается отсутствующая в «традиционной» уменьшительной форме имени маскулинность [Кирилина 2002].

Кросс-культурные асимметрии проявляются и на уровне ассоциаций, связанных с гендерно маркированными номинациями, например, между значениями, ассоциируемыми в различных языках с именами «отец» и «мать». С. Ромейн отмечает, что в африканском языке *Ewe*, например, слово «отец» (*tó*) также означает «владелец» (*owner*), а слово мать (*nó*) означает «кто-то страдающий от чего-то», и, соответственно, «богатый человек» является производным от слова «отец» (*go-tó* - *владеющий деньгами*), а «больной», «слепой», «глухой» и т.д. – от слова «мать» [Romaine 1999: 98]. С другой стороны, в языках Южной Азии, малайском и тайском, слово «мать» ассоциируется со значениями «главный», «большой», так что сложное слово с основами *ibu* (*мать*) и *rumah* (*дом*) означает «главная часть дома»; а в тайском сложное слово, состоящее из основ слов «мать» и «армия», означает «главнокомандующий». В данном случае уместна аналогия с метафорой, имеющей место в европейских языках – «mother of all battles», «мать городов русских».

Таким образом, типология кросс-культурных асимметрий в гендерной категоризации обнаруживает частичный изоморфизм с выделенными выше внутриязыковыми типами асимметричных отношений: наряду с расхождениями в номенклатуре гендерных категорий, имеют место многочисленные случаи несовпадения смыслового объема и асимметрия принципов внутреннего членения парных категорий.

ВЫВОДЫ

Межличностная коммуникация в конкретной ситуации сопровождается фоновым процессом отнесения собеседника к категории мужчин или женщин, т.е. категоризацией по признаку пола. В главе с опорой на ментальный лексикон, как средство доступа к продуктам переработки в памяти разностороннего опыта взаимодействия человека с миром, проанализирован

пласт культурных представлений, определяющих роль языка как фона конструирования гендера – содержательной и ценностной основы контекстуальных импликаций и инференций.

Показано, что классическая теория категоризации, где категории выделяются на основе общих признаков, внутренне (по природе вещей) присущих их членам, ведет к эссенциалистскому пониманию гендера: гендерные различия трактуются как имманентные, а мужественность и женственность рассматриваются как объективная природная данность. Основой для современной трактовки гендера как социального конструкта (набора черт и поведенческих стереотипов, характеризующих концепты мужественности и женственности в определенной культуре) является прототипическая теория категоризации, которая акцентирует роль человека и его опыта в этом процессе и подчеркивает, что категоризация не обязательно осуществляется на основе общих признаков, объективно присущих членам категории.

Установлено, что источником прототипического эффекта в гендерной категоризации служат стереотипы, типичные случаи, знакомые примеры, идеалы, эталоны (образцы), которые метонимически представляя категорию в целом, действуют как точки когнитивной референции и создают основу для рассуждений, догадок, умозаключений. В той мере, в которой они формируют мнения и ожидания относительно того, какими являются или должны быть мужчины и женщины, можно говорить о размывании границ между стереотипичным и типичным, а также идеальным/знакомым/эталонным в гендерной категоризации.

Поскольку гендерные различия могут быть в большей мере результатом стереотипных представлений о таких различиях, чем отражением их фактического существования, речь следует вести о конструируемости гендера, а не о его отражении сознанием.

Раскрыта роль метафоры в создании гендерной картины мира и суть феномена метафорического рода, когда характеристики «мужское» и

«женское» отделяются от сущностей, имеющих реальные гендерные (родовые) различия, и переносятся на другие предметы и явления на основе ассоциаций с культурными представлениями о мужественности и женственности, характерными для данного социума. Изложена гипотеза о том, что гендерная метафора может кодироваться в грамматической системе языков, мотивируя формально-грамматический род существительных.

Дано когнитивное обоснование перформативности и многомерности (изменчивости) гендера как конвенционального идеологического конструкта.

Установлено, что значительная часть знаний о гендере, как наборе поведенческих практик, оценок, мнений, предписаний, стереотипов, структурирована в форме пропозиций, включающих базовые концепты (мужчина/женщина, мужественность/женственность) и атрибутируемые им признаки (свойства, действия). Гендерные пропозиции могут выражаться вербально (в форме афоризмов, лозунгов, сентенций) или представлять собой компоненты «скрытого» коммуникативного содержания, способные получать вербальное выражение, не будучи сами выражены словесно.

Механизм гендерной категоризации представлен с помощью модели комплексных категорий, в которых соотнесение варианта с прототипом происходит на основе включения их в общую пропозициональную схему. Пропозициональные схемы производны от опыта – как коллективного (культурного, исторического и др.), так и индивидуального – который постепенно обрабатывается, обобщается и фиксируется в виде сценариев. В повседневной речевой практике слова «мужчина», «женщина», «мужик» и другие лексемы, опредмечивающие в языке гендерные концепты, способны выступать в роли вербальных знаков, актуализирующих в воображении культурные сценарии, в которых аккумулярованы знания о гендере.

Значения, задаваемые гендерными пропозициями не находятся в отношениях семантической близости; их объединяет соотнесенность с единым центром – представлением о женственности (мужественности), характерным для данной культуры. Данный способ категоризации репрезентируют

радиальные модели, содержащие центральный член и варианты, связь между которыми конвенциональна и усваивается индивидом в процессе социализации. Особенностью мужественности и женственности как радиальных концептуальных (семантических) категорий является то, что их центральные члены не существуют вне своих конкретных проявлений – вариантов: нет мужественности и женственности в чистом виде («как таковых»); гендерная идентичность конструируется в процессе перформации теми самыми проявлениями, которые считаются ее результатами.

Когнитивной основой понимания мужественности и женственности как динамичных концептов, поддающихся социальному манипулированию и регулированию, являются кластерные модели. Они представляют собой пучок (*cluster*), психологически являющийся более базовым, чем каждая из моделей, взятая в отдельности, и определяют репертуар мужественностей и женственностей, имеющийся в распоряжении представителей того или иного языка и культуры.

Различия в смысловом объеме гендерных категорий определяются различием когнитивных оснований для категоризации – идеологическими установками и опытом. Единицы языка выступают в качестве оптимальных средств кодирования ситуаций, связанных с прошлым опытом человека, и служат опорами для получения выводных знаний, играющих важную роль в процессах понимания.

Типология асимметричных отношений в гендерной категоризации включает (1) асимметрию, проявляющуюся в отсутствии одного из категориальных контрагентов; (2) несовпадение смыслового объема категориальных контрагентов; (3) асимметрию внутреннего структурирования парных гендерных категорий, связанную с различной социальной значимостью тех или иных социальных параметров для женщины и мужчины; (4) асимметрию маркированного и немаркированного членов в категориях с ложными родовыми именами («стирание» немаркированной субкатегории). Фиксируются системноязыковые и дискурсивные асимметрии; асимметрии,

связанные с особенностями социальной организации (гендерным разделением труда), и идеологические асимметрии, сконструированные сознанием.

Гендерные асимметрии не просто постулируют различие, но поддерживают определенную социальную иерархию. Выявлены многочисленные примеры андроцентричной асимметрии и социальной ранжированности гендерной категоризации, в рамках которой один из классов представлен как неавтономный или менее автономный (в языке это проявляется, в частности, в маркированности женского рода по отношению к мужскому).

Проанализированы случаи ценностной асимметрии в парах гендерно маркированных антропонимов в разных языках. Данный тип асимметрии отражает отношение/оценку женщины и женского в патриархатной культуре и определяет тенденции словоупотребления – например, предпочтение женщинами мужского родового имени. Последнее еще раз подтверждает, что гендер – это набор социальных практик, посредством которых индивид конструирует и заявляет свою идентичность, а не только система категоризации людей.

Одним из проявлений андроцентризма в гендерной категоризации является «стирание» немаркированной (мужской) категории и ее слияние с фоном, результатом чего становится контрадикторность концепта женщина не своему контрагенту мужчине, а человеку вообще. Данный тип асимметричных отношений указывает на связь между понятиями «асимметрия», «маркированность» и «прототипический эффект». С когнитивной точки зрения, термин «маркированность» используется для описания своего рода прототипического эффекта – асимметрии внутри категории, где один из членов (субкатегорий) рассматривается как более базовый. В роли категориального прототипа выступает немаркированный член – субкатегория по умолчанию, которая актуализируется в случаях, когда возможна актуализация лишь одного члена категории при прочих равных.

Этнокультурная специфика асимметричных отношений в гендерной категоризации в той или иной мере проявляется в рамках каждого из выделенных типов. При этом межъязыковые асимметрии связаны не столько с отсутствием реалий, сколько с различиями в восприятии, структурировании и концептуализации мира представителями разных культур.

Осмысление гендера с позиций теории категоризации способствует более полному описанию пассивного слоя и внутренней формы культурных концептов мужественности и женственности и создает основу для анализа инструментального аспекта языка в процессе дискурсивного конструирования гендера.

Глава 5. ЯЗЫК КАК ИНСТРУМЕНТ КОНСТРУИРОВАНИЯ ГЕНДЕРА: АНАЛИЗ ДИСКУРСИВНЫХ ПРАКТИК

Данные о языке, полученные лингвистикой – один из основных источников информации о характере и динамике конструирования гендера как продукта культуры и социальных отношений. Постмодернистская философия видит в языке главный инструмент конструирования картины мира, утверждая, что то, что человек воспринимает как реальность, на самом деле есть лингвистически сконструированный феномен, результат наследуемой нами языковой системы.

Тезис об амбивалентности языка как средства конструирования гендера (фон *vs* инструмент), на первый взгляд, проистекает из положения о двойственности объекта лингвистики, которую ощущали и отмечали многие лингвисты, от Гумбольдта до Хомского, выражая ее в разных дихотомических формулах – язык и речь, эргон и энергейя, схема и узус, код и сообщение, компетенция и употребление и т.д. Однако, говоря о фоновой и инструментальной ролях языка, мы исходим не из дихотомии языка и речи (данные термины используются здесь чисто условно для удобства разграничения системы и ее использования), а из триединства языка, речи и мышления в социальном контексте (см. гл. 3), где мышление служит целям постепенного развертывания индивидуальной способности конструировать внутреннюю «модель» окружающего человека мира, в процессе чего производятся манипуляции с этой моделью, чтобы сделать заключения о развитии мира объективной действительности и установить возможные результаты возможных действий в отношении нее.

Изучение языка как инструмента конструирования гендера основано на постструктуралистской концепции языка как одной из форм социальной практики. В данной концепции понятия языка и дискурса трактуются как соотносительные (см. гл. 1), поэтому анализ инструментального аспекта языка предполагает обращение к дискурсивным практикам.

Термин «дискурс» многозначен; он используется в различных областях знания (философия, социология, литература, лингвистика и пр.), акцентируя разные стороны обозначаемого явления. В работе дискурс трактуется (1) с позиций лингвистического описания – как конкретное коммуникативное событие; «речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие», «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами» [ЛЭС, с. 136]; и (2) в общефилософском смысле – как исторически детерминированная социальная форма репрезентации знаний/идей или «совокупность тематически соотнесенных текстов» [Чернявская 2001: 14, 16] (напр., гендерный дискурс, политический дискурс).

Понимание языка и дискурса как формы социальной практики эксплицирует афористичное определение Н.Д. Арутюновой: дискурс – это «речь, погруженная в жизнь» [Арутюнова 1990(б): 137]. «Погруженность» в жизнь предполагает диалогические отношения (взаимообмен, взаимовлияние языка и «жизни»), рассмотрение которых в рамках когнитивно-прагматической модели (см. гл. 3) опирается на категории адресата, адресанта, традиции и реальности, существующие в тесной взаимосвязи, что схематически можно представить следующим образом:



Связующие линии в данной схеме, отражая буквальное значение слова *discursus* в латыни (бег в разные стороны, туда и сюда [Зусман 2004: 101]), овнешняют «бег смысла», который формирует «ткань» социальной реальности, определяет составляющие ее позиции и отношения.

Инструментальный аспект языка в дискурсивном конструировании социального мира отражает понятие позиционирования.

В процессе коммуникации участники выражают определенные точки зрения, предлагают планы, обсуждают идеи. Они совершают речевые действия и занимают определенные позиции. Понятие позиции субъекта и производный от него термин «позиционирование» восходят к работам Ж. Лакана и М. Фуко; применительно к лингвистическому анализу они были конкретизированы Н. Фэрклоу [Fairclough 1989] (см. гл. 1).

Вопрос позиционирования касается двух взаимосвязанных моментов. С одной стороны, индивид позиционирует себя относительно некоего значимого содержания, выражаемого им или другими: мы предлагаем/продвигаем идеи, модулируем их в ответ на фактические или предполагаемые действия других, принимаем с энтузиазмом, рассматриваем серьезно или высмеиваем, играем с лингвистическими формами, используемыми для их выражения и т.д. С другой стороны, участники коммуникации позиционируют себя относительно других субъектов, с которыми взаимодействуют в дискурсе. Мы обращаемся к их идеям и чувствам, оцениваем их способности, статус, положение по отношению к нам. Мы не только модулируем и трансформируем свои идеи в процессе коммуникации, но ставим друг друга в определенные (меняющиеся) дискурсивные позиции. Эти позиции многочисленны и разнообразны: ученик, учитель, партнер, лидер, помощник, конкурент, эксперт, новичок, судья, обвинитель, защитник, свидетель, советчик, друг, рассказчик, герой и т.п. В определенный момент индивид может занимать несколько позиций. Они тесно связаны с социальным и культурным контекстом и зачастую гендерно не нейтральны.

Идея позиционирования имплицитно присутствует в работе Р. Лакофф «Язык и место женщины». Хотя сама Лакофф не пользовалась этим термином, она указывала, что использование «женского языка» ставит женщин в позицию «слабых», «неуверенных», «безвластных» [Lakoff 1975].

Позиционировать себя и других можно самыми разными способами. Употребление «he or she» или «s/he» позиционирует говорящего как сторонника эгалитарной гендерной идеологии; заявление «ты рассуждаешь как женщина» эксплицирует андроцентристскую позицию, обращение *Mrs.* подчеркивает семейный статус женщины, а использование вульгаризмов, сужение диапазона и/или понижение тона голоса может быть заявкой женщины на сильную («мужскую») позицию.

Позиционирование идей и субъектов сложным образом переплетены друг с другом и используют разнообразные лингвистические ресурсы. В исследовании Аны С. Вилларил (доклад на XIV Мировом конгрессе прикладной лингвистики, июль 2005) содержатся примеры того, как отказ от метагендерного использования «мужских» антропонимов (ложных родовых имен) в публичных выступлениях президента Мексики Винсента Фокса становится способом политического (само)позиционирования – сигналом демократической (прозападной) ориентации. Примечательно, что речь идет не только о парном использовании существительных мужского и женского рода («мужчины и женщины», «мексиканцы и мексиканки»), но и артиклей («*las y los mexicanos*»), а также нетрадиционного порядка слов: *más de 2 millones de niñas, niños y jóvenes* («более двух миллионов девушек, юношей и молодых людей»).

В современной лингвистике изучение языкового конструирования гендера ведется в конкретных дискурсивных контекстах (*communities of practice*). В нашей работе – это предвыборный дискурс, выбор которого представляется оптимальным по ряду причин. Конструирование гендера в предвыборном дискурсе не было предметом специального рассмотрения ни в отечественной, ни в зарубежной лингвистике. Оно актуально ввиду устойчивого интереса ученых к изучению политического дискурса в целом (Fairclough N., Wodak R., van Dijk T., Lakoff G., Баранов А.Н., Бакумова Е.В., Базылев В.Н., Т.Н. Ушакова, Н.Д. Павлова, Е.И. Шейгал, О.С. Иссерс, Н.Э. Гронская и др.) и позволяет четко ограничить отбор исследуемого материала,

сохраняя при этом возможность анализировать различные речевые жанры – предвыборные обращения, интервью, теледебаты, письма в редакцию, обсуждения на интернет-форумах и т.п.

Анализ гендерных аспектов позиционирования идей и субъектов в предвыборных дискурсивных практиках позволит выяснить, как конструируются «мужской» и «женский» голос в предвыборном дискурсе, какие гендерные стереотипы при этом эксплуатируются, какие лингвистические средства используются, а также раскрыть роль гендерного фактора в формировании позитивного (негативного) образа кандидата на выборах.

С лингвистической точки зрения, предвыборная кампания – это сложное коммуникативное событие, происходящее между адресатом и адресантом в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и прочем контексте. Предвыборный дискурс вызывает модификацию коммуникативных задач, соответствующее изменение лингвистических стратегий и порожденного в данной коммуникативной ситуации текстового материала. Использование языка в функции воздействия (с целью дискредитации или агитации) выходит на первый план, а условия порождения текста выводят на поверхность то, что принято называть его прагматической или стратегической направленностью. Сверхзадачей пишущего является не фактографическое описание действительности (то, что по общепринятому обозначению называется содержанием текста), а программирование прогнозируемого восприятия и реакций со стороны адресата. Большинство читателей не сталкивались лично с кандидатом и его противниками, а потому не в состоянии оценить истинность (ложность) преподносимого материала. На этом основано самое общее правило использования приемов по манипуляции общественным сознанием с опорой на различные стереотипы или их разновидности – предубеждения, в том числе гендерного характера.

Исследование ведется в рамках когнитивно-прагматической и стилистической моделей. Совмещение подходов призвано обеспечить необходимую полноту описания. Выявление стилистически значимых форм и моделей сопровождается анализом социальных и культурных причин (корней) их гендерной релевантности, экспликацией лежащих в их основе социальных стереотипов и пр. Материалом для анализа послужили печатные и электронные тексты, теле и радио-интервью, а также иные материалы, имеющие непосредственное отношение к выборам мера Нижнего Новгорода (август – сентябрь 2002г.), губернатора Санкт-Петербурга (осень 2003г.), выборам в Государственную думу (2003г.) и президентской кампании 2004г. К анализу также привлекались материалы американского предвыборного дискурса (президентская кампания 2004г.).

Целесообразность обращения к иноязычному материалу связана с тем, что гендер как социальный конструкт по-разному проявляется в различных языках и культурах. Английский язык перспективен для углубленного изучения семантических и семиотических средств конструирования гендера. Президентская предвыборная кампания в США ведется в течение целого года; она имеет четкий сценарий (предвыборные поездки и выступления, обращения к избирателям в трибун партийных форумов, теледебаты и т.д.) и широко освещается в различных средствах массовой информации, что расширяет объем материала для исследования. Кроме того, обращение к американским предвыборным практикам связано с присутствием гендерной тематики в предвыборных программах кандидатов и активным использованием гендерной идеологии и риторики для завоевания лояльности избирателей. Гендерный дискурс в странах Запада в целом более влиятелен и менее маргинализован, чем в России, что дает дополнительный материал для решения поставленных в работе задач.

Начнем с вопроса о позиционировании выборов в целом. Анализ показывает, что концептуализация выборов носит метафорический характер, а

метафорика предвыборного дискурса профилирует³⁶ гендерные смыслы, конструируя политику и политическую жизнь как «мужскую» сферу.

5.1. Метафоры предвыборного дискурса и «маскулинизация» политики

Политические и экономические идеологии структурируются метафорами, которые могут скрывать или акцентировать те или иные стороны реальности. Дж Лакофф и М. Джонсон приводят пример метафоры людских ресурсов (*labor is a resource*), в рамках которой о человеческом труде говорят в терминах наличия и затрат так же, как, например, о нефти: дешевый труд – это хорошо, как и дешевая нефть. Эксплуатация человека, «санкционированная» данной метафорой, наиболее очевидна в странах, где с гордостью заявляют о «практически неистощимых дешевых людских ресурсах» [Lakoff, Johnson 1980: 236 – 237].

Метафоры предвыборного дискурса («выборы – это война», «выборы – это спорт», «выборы – это азартная игра», «выборы – это роман (с избирателем)») структурируют политику и политическую жизнь как «мужскую» сферу. С учетом современных представлений о языке как о системе ориентирующего поведения, основная функция которого состоит не столько в передаче информации и осуществлении референции к независимой от него реальности, сколько в ориентации личности в ее собственной познавательной области [Матурана 1996], правомерно полагать, что подобное структурирование оказывает непосредственное влияние на методы ведения политической борьбы и характер ее восприятия в обществе.

Подчеркнем, что говоря о метафоризации как средстве конструирования гендера, мы имеем в виду не элементарную семантизацию метафоры (приравнивание ее значения к значению некоего неметафоризированного отрезка речевой цепи), но более широкую трактовку метафоры именно в семантике целого текста, когда понять надо смыслы, метасмыслы, общую

³⁶ Напомним, что Р. Лангакер понимал под профилированием смену фигуры и фона, перемещение точки зрения и концентрацию внимания на определенных аспектах ситуации (см. гл. 1)

идею. При этом в иллюстративных примерах мы ограничиваемся рассмотрением самых традиционных форм метафоры, обычно составляющих предмет стилистики, – тропов (фигур речи). Иными словами, речь идет об импликации гендерных смыслов благодаря метафоричности и метафоризации как «ипостасям рефлексии», представляющим собой «связь между опытом субъекта понимания и той ситуацией, которая дана в тексте для освоения» [Крюкова 2000: 256].

Метафора ВЫБОРЫ – ВОЙНА:

- блок *"Родина"* продолжает атаковать ЦИК (Российская газета, 15.01.2004);
- [корреспонденты] *задали каждому [кандидату] три идентичных вопроса и проились «беглым огнём» по их штабам* (Версия № 5, 2004);
- ... *надо ему [С. Глазьеву] переходить в решительное наступление на власть* (Коммерсант № 39, 4. 03. 2004);
- *хочется надеяться, что до тяжелой артиллерии «рыбкинского» калибра дело не дойдет* (Совершенно секретно № 3, 5.03. 2004);
- *Главная задача у «Единой России» – борьба с кандидатом против всех. А остальные кандидаты – сбитые летчики, чего с ними бороться* («Свобода слова», телеканал НТВ, 12. 03. 2004).

Метафора как метасредство понимания обеспечивает оптимизацию процессов смыслопостроения – акцентуацию идеи жесткого, по-военному жестокого характера политической (предвыборной) борьбы.

Хотя воин (солдат) – архетип мужской идентичности, дискурсивные практики последовательно «встраивают» в эту модель и женщин-кандидатов: *Битва Железных леди* (<http://www.spbipp.ru>); *Хакамада, боевая подруга Немцова* (Новое дело, 5 – 11.02.2004). В последнем примере содержательно не мотивированная апелляция к коллегам по партии мужчинам, имплицитно неавтономность женщины-кандидата, являясь, по сути, средством дискредитации.

«Военная» метафора пронизывает репрезентации предвыборных перестановок в российском правительстве (отставка кабинета Касьянова, назначение Фрадкова, формирование нового кабинета и т.д.) и восприятие политической жизни в целом: *Аппарат правительства – боевая гвардия премьера* (АИФ, 10.03.04); ... *уход С. Кириенко оголит тот фланг, который выстраивается под Е. Люлина* (Биржа № 7, 24.02.2004).

Существует мнение, что низкое представительство женщин в политике и властных структурах связано с концептуализацией данной сферы через призму войны и агрессии, что вызывает отторжение у большей части женщин.

Метафора ВЫБОРЫ – АЗАРТНАЯ ИГРА также имеет «мужскую» перспективу. Она активно эксплуатируется как журналистами и политическими аналитиками, так и самими кандидатами-мужчинами для акцентуации сильной (маскулинной) позиции:

- *Пятерка в прикупе* [кандидаты-соперники Путина. – Е.Г.] (Версия № 5, 2004)
- *На кого партии делают ставки* (АИФ № 37 (1194), сентябрь 2003)
- *Правые пошли ва-банк* (Нижегородский рабочий № 171/15342, 12.09.2003)
- *Идет шахматная игра. И мне она нравится. Я играю с Сергеем Кириенко и верю, что в конечном итоге победа будет за мной* (Биржа, 1.12.2003).

Метафора ВЫБОРЫ – СПОРТ реализуется огромным количеством клишированных конструкций. Слово «кампания», применительно к выборам употребляется, пожалуй, даже реже чем его метафорический аналог – «предвыборная гонка». Спорт традиционно относится к числу «мужских» тем, и в предвыборном контексте спортивная метафора акцентирует гендерно значимые смыслы острой конкуренции и соперничества:

- *Старт кандидата номер один* (Биржа № 49, 22.12.2003).
- *бизнесмены Брынцалов и Кикалишвили – с дистанции сошли* (там же)
- *политика как футбол* (Версия № 8, 2004)

- *Путин - болельщик «Единой России»* (АИФ № 50, декабрь 2003 г.)
- *Коммунисты, чей выдвиженец уверенно взял «серебро»* (Биржа № 651, 22.03.2004).

Если вышеназванные когнитивные метафоры «интернациональны», то метафора ВЫБОРЫ – РОМАН (С ИЗБИРАТЕЛЕМ) отражает специфику концептуализации выборов в российском предвыборном дискурсе. Толчком к такому осмыслению, возможно, стал лозунг «выбирай сердцем», который активно использовался во время президентской кампании 1996 года, хотя культурные корни у данного явления значительно более глубокие. Еще в 1915 году Н. Бердяев говорил, что «русский народ не хочет быть мужественным, строителем, его природа определяется как женственная, пассивная, покорная в делах государственных, он всегда ждет жениха, мужа, властелина» [Бердяев 1992; Ланкур-Лаферьер 2003: 57]. А в начале XVII века, в Смутное время, дьяк Иван Тимофеев сравнивал Россию со «вдовой», лишившейся законного супруга, царя [Тимофеев 1951; Ланкур-Лаферьер 2003:58]. В этой связи уместно привести фрагмент из статьи Ю. Богомолова, где выборы структурируются одновременно в терминах двух когнитивных метафор – театр³⁷ и роман: *«В связи с выборами 2000 года мне в свое время пришлось вспомнить "Горе от ума". Появление Путина на политической авансцене вызвало тогда недоумение у передовой общественности. Сразу встал вопрос: кто такой? Ответ на него имел понятный психологический подтекст: он такой, как все, – не самый высокий, не самый красноречивый. Не ярко выраженный блондин и уж точно не брюнет. И никакой нет у него харизмы. И политическая биография у него совсем коротенькая. И чего в нем нашла Софья Фамусова? Каждый претендент на ее руку тогда чувствовал себя обойденным Чацким – остроумным, свободолюбивым, непринужденным, с большим политическим опытом. Особенно Явлинский. А она, Софья (в*

³⁷ Значительное возрастание театрального плана политического дискурса отмечается в монографии Е.С. Шейгал [Шейгал 2000]. Концептуализация предвыборной кампании в рамках метафоры ВЫБОРЫ – ТЕАТР на президентских выборах 2004 года получила новую перспективу – «массовка для Путина» или спектакль с заранее известным финалом, в котором участникам отведены гендерно маркированные роли [см. Гриценко 2005(6)].

просторечии – электорат), тогда предпочла Молчалина, который на поверку не так уж и прост» (Известия, 5.03.2004).

В предвыборном дискурсе метафора ВЫБОРЫ – РОМАН не только позиционирует кандидата и избирателей, но и определяет отношения кандидатов со спонсорами:

- *Жених Глазьев предлагает невесте-избирателю роскошную жизнь: доходы от ренты, которую он собирается отнять у олигархов (Совершенно секретно №2, 2004);*
- *... получив немалые дивиденды в виде всенародной любви, он [Б. Немцов. – Е.Г.] по-юношески решил, что любовь эта «до гроба»...Люди это поняли и полюбили другого политика (Биржа № 4, 2.02.2004);*
- *... отдавшись Березовскому, КПРФ утрачивает кредит доверия (АИФ № 49, 2003).*
- *Чубайс «бросил» Хакамаду: он не хочет плестись в хвосте у Березовского и ЮКОСА, которые взяли под опеку Ирину Муцуовну. (Жизнь № 10 (330), 29.01.2004).*

Характер агентивности в последнем примере прагматически значим: актуализация пропозициональной схемы «мужчина субъект, женщина объект» имплицитно неавтономность (несамостоятельность) женщины-кандидата.

Проведенный анализ подтвердил вывод А.В Кирилиной об эротизации и сексуализации публицистического дискурса [Кирилина 2000(а): 61]; речь идет прежде всего об активном использовании сексуальной метафоры в предвыборных материалах, напр.: *«Партии пожеребились впустую»* (Коммерсант, 5.11.2003) – ироническая оценка жеребьевки предвыборных дебатов; *«... Борис Ефимович и Григорий Алексеевич совсем не против Путина. Просто так случилось, что они, будто два петуха, оказались в одном курятнике и при этом кур-избирателей каждый хочет затоптать сам. Но похоже, что Путин их затопчет обоих и все куры достанутся ему одному»* (АИФ, 02.2004). Данная тенденция проявляется также в широком использовании гендерных эпитетов и каламбуров: *«ИГРАЙ ГОРМОН!*

Деятельность Госдумы приобрела ярко выраженный мужской характер»
(Ведомости № 45, 2002)

Релевантность гендерного параметра в метафорике предвыборного дискурса очевидна. Под метафорикой понимается совокупность используемых в дискурсе метафорических моделей (М-моделей), трактуемых как «тематически связанные поля сигнификативных дескрипторов, представляющих источник метафорической проекции» [Баранов 2004: 32], в нашем случае – война, спорт, игра, роман. Эти метафорические модели, как и собственно гендерная метафора, являющаяся фоном М-моделей персонификации и родственных отношений (ср. «Россия – женщина»; «страна, история – мать»; «соратники – братья», а также «кандидат – мужик, ковбой», «женщина-кандидат – девушка-бомж» [И. Хакамада], «бабушка российского комсомола» [В. Матвиенко]» и т.п.), являются частью предвыборных дискурсивных практик, определяемых как «общие тенденции в использовании близких по функции альтернативных (синонимичных и квазисинонимичных) языковых средств выражения определенного смысла в данном типе дискурса» [с. 39]. Благодаря частичной общности метафорических следствий (способности профилировать гендерные смыслы) эти модели образуют «констелляцию метафор» [с. 38], участвующих в определении логики предвыборной аргументации и способов осмысления политических реалий. Таким образом, метафоризация и метафоричность становятся одним из важных механизмов дискурсивного конструирования гендера.

5.2. Типовые контексты конструирования гендера в предвыборном дискурсе

Гендер является социальным конструктом градуируемой релевантности [Kotthoff 1996] и проявляется с разной степенью интенсивности в различных контекстах. В этой связи закономерен интерес к вопросу о том, «в каких коммуникативных ситуациях и типах дискурса и с какой интенсивностью

совершается конструирование гендера и какие экстра- и интралингвистические факторы воздействуют на этот процесс» [Кирилина 2002: 8].

В предвыборных материалах представлены как тексты, для которых характерно активное конструирование гендера (*doing gender*), так и текстовые продукты, где гендерный параметр не акцентируется или нивелируется (*undoing gender*). Эти два типа текстов, как правило, различаются своей функционально-прагматической направленностью. Суть различий можно пояснить на основе функциональной теории языка М.А.К. Халлидея.

Напомним, что Халлидей выделяет содержательную функцию языка или функцию формирования идей (*ideational function*) и межличностную функцию (*interpersonal function*), которая, по его мнению, существенно отличается от функции простой передачи содержания, поскольку здесь индивид использует язык «как средство собственного вторжения в речевое действие для выражения своих комментариев, предпочтений и оценок, а также отношений, в которые он ставит себя и слушателя – в частности, для выражения принимаемой им коммуникативной роли информирования, запроса, приветствия, убеждения и т.д.» [Halliday 1996: 58 – 59]. Кроме содержательной и межличностной функций Халлидей говорит еще о текстуальной функции (*textual function*), однако для ответа на поставленный выше вопрос она менее существенна.

Содержательная и межличностная функции Халлидея соотносимы с референциальной (*referential*) и аффективной (*affective*) функциями, которые выделяет Дж. Холмс [Holmes 1995]. Отметим, что термин «аффективный» в русском переводе представляется не вполне удачным, поскольку связан отношениями производности со словом «аффект» – «состояние крайнего возбуждения, потери самоконтроля» [ТСРЯ, с. 32]. У Холмс прилагательное *affective* производно от глагола *to affect* в значении «задевать, затрагивать, оказывать влияние».

О.С. Иссерс, анализируя речевое общение с точки зрения его «стратегичности» (наличия/отсутствия «комплексного речевого воздействия,

которое осуществляет говорящий для “обработки” партнера» [Иссерс 1999:102]), считает возможным разграничить «информирование в чистом виде» и «интерпретирующее информирование» [с. 104]. В основе этого разграничения, по ее мнению, лежит наличие/отсутствие установки на интерпретацию, которая необходима при операциях над знаниями партнера, его ценностными установками, волей и т.д. Информирование в чистом виде она относит к нестратегическим, а интерпретирующее информирование к стратегическим типам речевых актов. Отдавая себе отчет в определенной условности такого разграничения, мы считаем возможным использовать его для демонстрации мотивов и механизмов актуализации и нейтрализации гендера в предвыборном дискурсе, поскольку апелляция к гендеру (осознанная или неосознанная) является частью речевых стратегий агитации/дискредитации.

Материалы предвыборного дискурса, основной функцией которых является передача содержания как «объективной» информации без комментариев и оценок (тексты реферирующего типа или «информирование в чистом виде», по Иссерс), включают программные заявления кандидатов и партий, информационные сообщения Центральной избирательной комиссии и других официальных органов, пресс-релизы и официальные документы предвыборных штабов и т.д. Такие тексты стилистически нейтральны и не содержат гендерных импликаций. Функция второй группы текстов (тексты воздействующего типа или «интерпретирующее информирование») заключается в том, чтобы дать оценку, выразить или сформировать определенное отношение. Сюда относятся как выступления самих кандидатов, так и тексты о них.

Опросы показывают, что избиратели в своем выборе кандидата руководствуются в первую очередь образом его личности, и лишь во вторую – избирательной программой. Гендер – важнейший аспект личности, который в предвыборном дискурсе эксплуатируется весьма активно, при этом интенсивность его конструирования имеет тенденцию возрастать при

снижении стилистической тональности речи. Обращение к гендеру и сексуальности в СМИ чаще регистрируется в текстах неформального и фамильярного тона, ср: *«Единая Россия закончила истерику: Прошел форум сторонников партии власти»* (Коммерсант, 2.12.2003); *«... отчаянное стремление [Керри] быть большим мачо, чем Буш»* (*to out-macho Bush*) и т.п. Наиболее эксплицитно гендерная тематика представлена в продуктах «черного пиара», предвыборных блогах и на Интернет-форумах, где нюансы предвыборной борьбы и личности кандидатов обсуждаются в неформальной, фамильярной и/или полемически заостренной форме.

В предвыборной кампании кандидат/политик выступает не только как субъект собственного поведения, но и как объект внешнего внимания и оценок. Дискурсивное конструирование гендера в выступлениях самих кандидатов и в материалах о них подчинено разнообразным стратегиям: агитация и дискредитация, построение имиджа³⁸, формирование эмоционального настроения, привлечение внимания и др. Распространенной тактикой дискредитации кандидата-мужчины в предвыборном дискурсе является демаскулинизация – контекстуальная импликация немужественности: *«Глазьев плачется», «Керри-Мямля»* и пр. Драматизация как разновидность риторической стратегии³⁹ тоже реализуется с учетом гендерной роли: *«Меня сейчас на лошадь посади, я так поскачу, что опытный наездник скажет: “Вот это да!”. На трактор посади, я вспашу, как по струнке, на комбайн – я буду молотить <...> девку обнять – извините, уж попадетя мне, не вырвется»* (И. Лапшин, АИФ 12. 2003); *«Я благодарю бога, что мне, матери двоих детей, женщине, достало мужества и воли пойти на переговоры с террористами...»* (И. Хакамада, <http://www.hakamada.ru/Statement/2004>) .

Соответствие гендерным нормам и ожиданиям – важный аспект языкового конструирования имиджа политического лидера. В книге Н. Фэрклоу «Язык и власть» показано, как визуальный стиль и дискурсивные

³⁸ Здесь и далее имидж понимается как (само)репрезентация в терминах социально признанных качеств (Г.Г.Почепцов, W.Holly).

³⁹ Подробнее о классификации речевых стратегий и тактик см. [Иссерс 1999].

стратегии бывшего премьер-министра Великобритании Маргарет Тэтчер способствовали тому, что, занимая маскулинную позицию лидера, она сумела оправдать ожидания электората в отношении своего гендера, даже когда вела войну на Фольклендах и проводила жесткие экономические реформы внутри страны. Так, «с помощью профессиональных инструкторов, Тэтчер понизила тон и темп речи <...> прежде ее высокий голос стереотипно ассоциировался с чрезмерной эмоциональностью. Избавившись от “визгливости”, она стала звучать “по-государственному”, а ее слегка хрипловатый тембр воспринимается многими как сексуальный» [Fairclough 1989: 183]. К числу визуальных признаков того, что Фэрклоу называет «изящной зрелой женственностью среднего класса» (*middle-class smart adult femininity*), относятся прическа, элегантные костюмы, женские украшения (броши, ожерелья) и неизменная дамская сумочка [с.185]. Анализируя интервью М. Тэтчер, Фэрклоу демонстрирует, как особенности речи – манипуляция инклюзивным и эксклюзивным использованием местоимений, способы выражения модальности (*have got* вместо *must*, *I wonder if perhaps I can answer* вместо *may be I can answer*⁴⁰), очередность высказываний в диалоге, «вежливый, но твердый» тон и пр. – участвуют в конструировании «субъектной позиции женщины-политического лидера в социальном контексте, характеризующемся институционализированным сексизмом» [с. 178].

Речевые действия такого рода могут быть как осознанными, так и произвольными; выбор той или иной формы зачастую происходит автоматически, подобно тому, как в неформальной обстановке разговорное слово автоматически употребляется вместо книжного, а эллиптическое предложение – вместо полного. Еще П. Стросон указывал, что намерение говорящего не всегда обладает тем качеством, которое в психологии именуется произвольностью, преднамеренностью [Стросон 1986]. Т.Н.

⁴⁰ *Must* имплицитно передает авторитарность, *have (got)* – передает значение долженствования, обусловленного внешними обстоятельствами. По сравнению с *maybe I can answer*, форма *I wonder if perhaps I can answer* создает эффект смягчения модального значения возможности, имплицитно передает желание “остаться в тени” [Fairclough 1989: 183 – 184]

Ушакова и Н.Д. Павлова отмечают, что существует немало свидетельств «непроизвольности, неосознанности вербальных намерений» [Ушакова, Павлова 2000: 32]. О том же свидетельствуют исследования психологов по имплицитной гендерной стереотипизации [Banaji 1996; 2002].

С учетом этого, представляется возможным говорить о двух формах конструирования гендера в предвыборном дискурсе – (1) манипулятивная апологетика и критика и (2) нормативное конструирование. В первом случае речь идет об эксплуатации гендерных стереотипов для оказания определенного воздействия на избирателя; во втором – об осознанном или автоматическом следовании гендерным нормам, т.е. характерным для данной культуры представлениям об уместности или неуместности тех или иных речевых форм и моделей для женщины или мужчины. Остановимся на типовых ситуациях, в которых имеет место прямая апелляция к гендеру или контекстуальная импликация гендерных смыслов.

Условия, в которых находятся участники предвыборной кампании, обуславливают известное единообразие интенциональной структуры выступлений. Претенденты имеют общую цель – привлечь избирателей к своей кандидатуре, и эта цель задает типовые характеристики предвыборных выступлений: стремление к апологизации и направленность на критику оппонента.

Стремление к апологизации – «представлению в выигрышном свете себя лично, своей партии, программы» [Ушакова, Павлова 2000: 201] – проявляется эксплицитно (в форме высказываний, напрямую приписывающих кандидату те или иные позитивные характеристики) и в опосредованной, имплицитной форме. Апелляция к гендеру с целью апологизации у кандидатов-мужчин, как правило, (вос)производит стереотипы доминантной мужественности: «...посмотрите, какие настоящие мужики стоят! Разве красивые женщины за нас не проголосуют!» (Коммерсант 24.05.2003); "Покажи им бицепсы – пусть увидят, что такое новый русский президент!" (Российская газета 15.01.2004). В выступлениях женщин эксплуатируется гендерный стереотип о

мужской агрессивности и женской мягкости, толерантности; «мужская» политика позиционируется как аморальная: *«Женщина может стать Президентом России не раньше, чем через 10-15 лет. Об этом заявила на встрече с журналистами в Петербурге кандидат в Президенты РФ Ирина Хакамада. По ее словам, это произойдет тогда, когда “страну доведут до ручки”, а люди устанут от “маскулинной жестокости, и захотят чего-нибудь более материнского”»* (<http://www.hakamada.ru/Statement/2004/Document.2004.02.26.5311>); *«Посмотрите, как накаляются страсти в мужской политике, какая она жесткая, агрессивная. Женщина-политик, как правило, действует более тактично, корректно, ей легче находить компромисс»* (АИФ №49, 2003).

Более сложной формой выражения стремления к апологизации являются контексты, где кандидат (или его сторонники) обрисовывают существующую ситуацию, приписывая себе определенную позитивную роль, которая гендерно не нейтральна. Таков интенциональный подтекст обращения к избирателю в известном рекламном слогане *«Ваш голос – Ирина Хакамада»*, а также неожиданная метафора *«пробки, выстреливающей из бутылки, в которую закупорена воля российского народа»*, использованная И. Хакамадой для объяснения смысла своего участия в выборах. В обоих случаях эксплуатируется культурный стереотип женственности как готовности жертвовать собой ради благополучия близких.

Направленность на критику, как и апологизация, выражается в открытой и непрямой (имплицитной) форме. При этом стратегии дискредитации в предвыборном дискурсе обнаруживают гендерную асимметрию. Указание на пол может использоваться политическими противниками женщины-политика как импликация несоответствия «мужской» роли политического лидера (импликация слабости). Эта стратегия неоднократно использовалась в отношении И. Хакамады: *«девушка-бомж»*, *«несчастливая женщина»* (В. Жириновский); *«Ира, это не парад мод, а политическая дискуссия»*, *«где ваши орлы, не закрывайте их своей тоненькой спиной»* (Д. Рагозин). Коннотации

тривиализации создает грамматическая акцентуация женского пола: *мадам Хакамада, бизнесменша Радченко, гордумки из Арзамаса*. С другой стороны, элементом «черного пиара» являются вариации на тему несоответствия традиционному идеалу женственности: не сексуальна, не эмоциональна, «с прической мальчика-пятиклассника», нет «женских выпуклостей» (И. Хакамада); предпочтение брючным костюмам (В. Матвиенко) и т.п. Иначе говоря, стратегии дискредитации женщины-политика амбивалентны: эксплуатируется как соответствие, так и несоответствие традиционным представлениям о женственности. Дискредитация мужчин-политиков идет по линии демаскулинизации: *«Митрофанов ... заистерил совершенно женственно»* (Версия № 45, 2002).

Гендер является релевантным параметром при выборе исходной позиции для критики оппонента. Например, на сайте И. Хакамады, неоднократно декларировавшей, что в предвыборной кампании она ведет борьбу лишь с президентом Путиным, была страничка «Народ дает оценку работы Президента». На ней избирателям (посетителям сайта) предлагалось оценить деятельность Президента, поставив отметку в школьный табель, где те или иные действия или высказывания В. Путина соотносились со школьными предметами «Природоведение», «ОБЖ», «Биология», «География», «История» и т.д. Очевидно, что возможность такого позиционирования связана с тем, что педагог в России – традиционно женская профессия. На сайте кандидата-мужчины подобная форма критики оппонента ощущалась бы как неуместная в силу гендерных стереотипов восприятия, связанных с социальными ролевыми позициями.

Хотя критика и апологизация – это разные интенции, в предвыборных выступлениях они взаимосвязаны. Например, в нижеследующем фрагменте из интервью И. Хакамады, прием самоиронии и критическая оценка соперников-мужчин используются как средство апологизации: *«Я отлично понимаю, что и я не конкурент, какой из меня президент – женщина, к тому же наполовину японка, но что делать, если не нашлось достойного русского мужика на эту*

роль, все разбежались?» (<http://www.hakamada.ru/1323/1a/Document.2004.03.10.5421>).

Конструирование гендера – это конструирование различия. Для предвыборного дискурса характерно как прямое воспроизводство гендерной асимметрии, реализующее в той или иной форме представления о меньших по сравнению с мужчинами возможностях женщин, так и элементы инверсной асимметрии (Т. Барчунова), которая выражается в аксиологическом и концептуальном предпочтении женщин – например, воспроизводство стереотипа о нравственном превосходстве «женской» политики. В целом гендерные импликатуры чаще используются для выражения негативных оценок.

Разумеется, ни критика, ни апологизация не самоценны. Важнейшей интенциональной составляющей предвыборных материалов является направленность на избирателя. В основе каждого предвыборного выступления лежит своеобразное представление об адресате (читателе, слушателе).

5.3. Позicionирование читателя

как способ конструирования гендера в предвыборном дискурсе

Под позиционированием в данном случае понимаются языковые механизмы обозначения/индексации позиций, которые предлагается занять адресату сообщения и/или способы «встраивания» читателя в определенные позиции. Вопрос о языковых механизмах позиционирования читателя является относительно новым и малоизученным.

Феномен гендера в позиционировании читателя рассматривался в общетеоретическом плане применительно к литературному тексту. Дж. Феттерлей, анализируя описания женских персонажей в произведениях американской художественной литературы, показала, что для их адекватного понимания читатель-женщина должна принять позицию мужчины [Fetterley 1981]. Р. Скоулз, анализируя рассказ Хемингуэя, в котором внимание автора, казалось бы, в равной мере сосредоточено на двух героях (мужчине и

женщине), выявляет «мужскую» фокализацию текста (focalization), демонстрируя невозможность переписать его в первом лице от имени женщины [Scholes 1982]. Оба исследователя лишь фиксируют феномен позиционирования читателя в тексте, не ставя задачи системного представления задействованных в этом процессе языковых механизмов. Обращение к предвыборному дискурсу, с его четкой направленностью на адресата, поможет расширить представления о лингвистической сущности позиционирования, а учет гендерного параметра позволит получить новые данные о языке как средстве конструирования социального мира.

Суть позиционирования читателя можно пояснить с помощью понятия интерпелляции (interpellation), введенного Л. Альтюссером [Althusser 1984] при изучении роли идеологических аппаратов государства (в том числе СМИ) в поддержании социального и классового порядка. Интерпелляция, по Альтюссеру, есть дискурсивный процесс, в котором постоянно получаемые информационные сигналы и образы обозначают роли субъекта, подталкивая его/ее занять определенную позицию в обществе. Иллюстрацией процесса интерпелляции может служить часто цитируемый пример Альтюссера: когда прохожий оборачивается на оклик полицейского «Heu you!» (“Эй, ты!”), то он не только принимает роль человека, совершившего что-то предосудительное, но и позицию субъекта, находящегося под юрисдикцией закона. Интерпелляция «встраивает» субъекта в определенную позицию самим актом провозглашения (именования).

Модель Альтюссера справедливо критиковалась за упрощенность. В ней не учитываются по крайней мере два момента, которые следует принять во внимание при анализе позиционирования читателя. Во-первых, роль индивида не сводится к простому ответу на запрос, т.е. механическому принятию указанной роли. Читатель может выбрать разные позиции – солидаризироваться с точкой зрения автора, принять позицию адресата или дистанцироваться от них, заняв позицию стороннего наблюдателя. Данные позиции не являются результатом волевого выбора читателя – текст

предлагает ему определенные роли; однако вероятность того, что мужчина займет позицию адресата, слушая песню «*Я назову тебя зоренькой*», крайне мала. Во-вторых, помимо прямого обращения к читателю в тексте есть много иных, косвенных, способов интерпелляции, указывающих на позицию, которую читателю предлагается занять, чтобы текст был адекватно истолкован.

Анализ материалов предвыборного дискурса позволил выделить три типа позиционирования читателя – прямое, полупрямое и косвенное.

Первый тип включает прямое обращение к читателю - деиксис (*вы/мы/те/тот/эти*), вокативы (*россияне/сограждане/люди, дорогие мои*) и именные словосочетания с уточняющим элементом, позиционирующие читателя избирательно, названные селективами⁴¹ («...*умные и образованные люди, которые голосуют за “Родину”*»). Сюда же отнесено наличие в тексте единиц, напрямую соотносимых с предполагаемым адресатом или категорией избирателей (*soccer moms, NASCAR dads, красивые женщины*).

Полупрямым называется позиционирование адресата содержанием текста, когда тематика, акценты и общая стратегия подачи материала предполагает определенную целевую аудиторию. Данный феномен в аспекте когнитивной психологии анализировался Т.Н. Ушаковой и Н.Д. Павловой (см. выше), однако гендерные аспекты позиционирования в их работе не затрагивались.

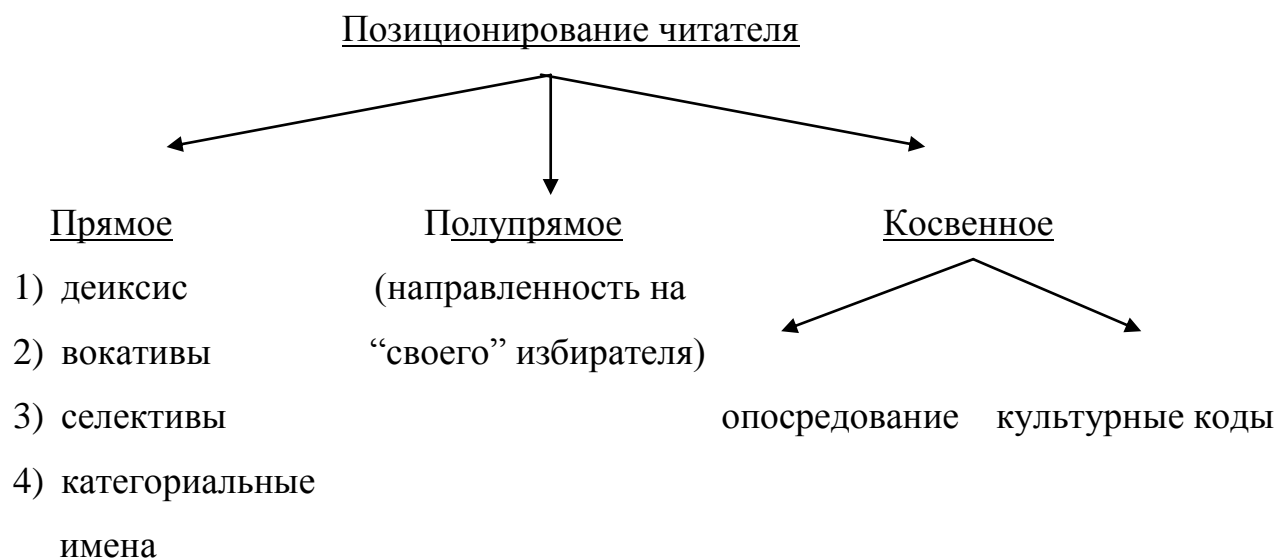
Примером гендерно значимого полупрямого позиционирования адресата может служить эпизод, описанный И. Гоффманом, когда Президент Никсон, заканчивая брифинг в Белом Доме, похвалил новый костюм старшего обозревателя Хелен Томас, тем самым позиционировав ее как женщину, а не как профессионала [Goffman 1979; Eckert 2003: 151].

Под косвенным позиционированием понимается «навязывание» читателю авторской позиции или определенного прочтения текста. К лингвистическим механизмам косвенного позиционирования относятся

⁴¹ Термин заимствован из работы М. Монтгомери о языковых практиках ди-джеев [Montgomery 1986].

опосредование и культурные коды. Феномен опосредования впервые описал К. МакКейб, показавший, что для реалистических текстов характерна иерархия дискурсов или голосов, один из которых занимает позицию «истины». Этот «доминантный» голос опосредует остальные голоса в тексте, эксплицитно или имплицитно побуждая читателя занять определенную позицию по отношению к излагаемой информации [MacCabe 1981]. Культурными кодами (Р. Барт) называются идеологические пропозиции данной культуры – констатации, с которыми, как ожидается, читатель согласится, или то, что в рамках данной культуры признается самоочевидным. Отметим, что термин «пропозиция» в данном контексте используется как синоним термина «пресуппозиция», при этом мы исходим из того, что «пропозиция является пресуппозицией в прагматическом смысле, если говорящий считает ее истинность само собой разумеющейся и исходит из того, что другие участники контекста считают так же» [Столнейкер 1985: 427].

Таким образом, для описания гендерных аспектов позиционирования читателя в предвыборном дискурсе можно предложить следующую рабочую схему:



Поскольку гендер как социальный конструкт по-разному реализуется в различных языках и культурах, анализ особенностей гендерного позиционирования читателя проводится на материале российского и американского предвыборных дискурсов.

(а) **Позиционирование читателя в российском предвыборном дискурсе**

Анализ показал, что позиции, задаваемые прямым обращением в российском предвыборном дискурсе, как правило, носят метагендерный характер. Текст позиционирует читателя (избирателя) без дифференции по полу, однако гендерные смыслы могут присутствовать на уровне культурных кодов. Рассмотрим обращение к избирателям Алины Радченко, кандидата на выборах в Госдуму по Дзержинскому избирательному округу, опубликованное в газете «Нижегородские новости» (8.11.2003):

«ЛЮДИ, ДОРОГИЕ МОИ!

До каких пор мы будем позволять манипулировать собой? Очередные выборы в Государственную Думу превращаются в балаган. Пышным цветом уже расцвели грязные технологии. А многие “штучки” нас еще ожидают.

Одни кандидаты скупил на корню не только известных людей города, но и навезли знаменитостей из Москвы <...> Другие оценили наши голоса в четвертинку водки хвост селедки. Вы берите! Все это куплено на ваши же деньги, вы ведь платите налоги!

Слухи о том, что в кабинках для голосования будут установлены скрытые видеокamеры, которые будут за вами наблюдать и выяснять, как вы голосовали – это тоже новые грязные технологии. Ну а вдруг кто-нибудь поверит!<...>

Со мной что только не пытались сделать – причисляли меня к Немцову, Чубайсу и другим олигархам, даже пытались сделать из меня порнозвезду! <...> Думаю, что вас еще постараются ошеломить какими-нибудь “новостями” обо мне. Расчет ясен: “выстрелом в спину” будут стараться устранить конкурента, расчистить себе дорогу. <...> А потеряв всякую надежду на победу, могут и вообще сорвать выборы <...>

Если выборы будут сорваны, потеряем только мы: федеральный центр нам ничего не даст, а потом будут изводить нас новыми выборами, чтобы добиться своего.

Я не играю в такие игры. <...> Помогите мне. Я прошу вас об этом прямо и открыто. Дайте мне шанс. Я верну былую славу и гордость депутатскому мандату».

Заголовок-обращение «ЛЮДИ, ДОРОГИЕ МОИ!» акцентирует близость и солидарность: читатель позиционирован как близкий человек, объект любви/заботы кандидата. Уместность такого обращения санкционирована гендерным фактором: культурные нормы предполагают проявление женщиной эмоциональности (тепла и участия). Данное обращение можно рассматривать и как средство «косвенной самоподачи» [Иссерс 2002].

Позиционирование читателя в тексте переплетается с самопрезентацией кандидата (женщины-жертвы и политика-борца). Местоимения задают два типа противопоставленных позиций: «мы – они», «я – вы». Широко используется инклюзивное «мы», позиционирующее читателя (=избирателя) и автора (=кандидата) как жертв грязных политических технологий. Такое позиционирование служит дополнительным индикатором солидарности (*До каких пор мы будем позволять манипулировать собой? <...> многие “штучки” нас еще ожидают; если выборы будут сорваны, потеряем только мы*).

Местоименная пара «я – вы» задает дискурсивные позиции избирателя и кандидата. Избиратель представлен как лицо, обладающее властью, к которому кандидат обращается за поддержкой (*Помогите мне. Я прошу вас об этом прямо и открыто. Дайте мне шанс*) и призывает не верить черному пиару (*Что только со мной не пытались сделать <...> порнозвезду*).

Таким образом, читатель позиционируется как метагендерный адресат – жертва политтехнологий; сила, от которой зависят политические решения; объект заботы и участия кандидата. Значимым в данном случае оказывается не пол читателей (избирателей), а пол кандидата.

Учет гендерного фактора в позиционировании читателя в российском предвыборном дискурсе демонстрирует такая форма «белого пиара», как гороскоп. Целевой аудиторией предвыборных гороскопов являются женщины, и стилистика данного текстового продукта эксплуатирует образы и клише, стереотипно ассоциируемые с «женским мышлением», ср: *«Выборы новой власти 7 декабря, накануне Нового года, будут либо счастливыми, либо роковыми»* («Гороскоп на 2004 год», материалы сайта Санкт-Петербургского Института перспективной политики <http://www.spbipp.ru/school/ta-0002.html>). Предвыборный гороскоп – едва ли не единственная форма гендерно значимого полупрямого позиционирования читателя в российском предвыборном дискурсе, для которого деление на «мужские» и «женские» темы и аудиторию в целом не характерно.

Формы косвенного позиционирования (опосредование и культурные коды) переплетаясь, образуют то, что Сара Миллз назвала «доминантным прочтением» текста [Миллз 1996]. Хотя в пост-структуралистской теории понятие основного прочтения резко критиковалось ввиду его нестабильности, связанной с активной ролью читателя-интерпретатора, Миллз справедливо отмечает, что само центральное для постструктуралистской критики понятие «деконструкции» имплицитно исходит из признания доминантного прочтения, которое затем подвергается деконструктивистскому анализу. К тому же большинство читателей легко узнают те «самоочевидные» роли и интерпретации, которые им предлагает текст. Под доминантным прочтением мы, вслед за С. Миллз, понимаем позицию или позиции, предлагаемые читателю текстом в данный исторический момент в рамках культурных пресуппозиций, которые делают текст понятным. Оно усиливается различными идеологиями, циркулирующими в данное время в данной культуре. Например, текст, определенным образом конструирующий женственность, понятен потому, что опосредуется другими дискурсами женственности. Оксюморон В. Проханова «*женщины, беременные пластидом*», эксплуатирующий традиционный архетип женщины-матери, дающей жизнь, и образ шахидки, несущей смерть, как один из зловещих культурных символов нашего времени, непостижим вне дискурсов, определенным образом позиционирующих явление женского терроризма в России и мире [Шебланова, Ярская-Смирнова 2003]. Предвыборный слоган Джона Кэрри «помощь идет» (*help is on the way*) коммуникативно значим в контексте военного прошлого кандидата в президенты (ветерана вьетнамской войны), а призыв его супруги Терезы Хайнц Керри дать женщинам «право говорить» (*women's right to speak, to have a voice*) может быть понят лишь в контексте феминистского дискурса о «безгласности» женщин в патриархатной культуре.

Опосредование, как способ непрямого позиционирования, предполагает наличие в тексте суждений и оценок, подталкивающих читателя к

определенному прочтению. Формами опосредования могут быть обобщающий характер высказываний, применение кванторов *всякий, всякая, каждый, любая, все*, отмеченный А.В. Кирилиной при изучении функционирования гендерных стереотипов в СМИ [Кирилина 2000(а): 63]; наличие в тексте модальных маркеров типа *конечно, разумеется, известно*, придающих частным суждениям облигаторно-универсальный характер; риторические вопросы имплицитующие эмфатическое утверждение или отрицание и т.п.: «Ну как можно серьезно рассчитывать на то, что раздражающая большинство россиян Хакамада соберет в России солидное число голосов?» (Новое Время, 15 – 21.01.2004); «Я, как любой настоящий мужчина, офицер запаса» (АИФ 6.02.2004).

Рассмотрим языковые механизмы опосредования на примере статьи о протесте предвыборного штаба И. Хакамады против рекламного ролика Центральной избирательной комиссии “Что такое президент России?”:

ХАКАМАДУ ОБИДЕЛИ

17 февраля в эфире “Первого канала”, “России”, НТВ <...> появился ролик <...>, разъясняющий обязанности гаранта Конституции. Он-то и возмутил сторонников единственного кандидата-женщины. “В этом ролике использованы детские рисунки, на которых изображен президент РФ – мужчина. Нам кажется это крайне оскорбительным, ведь среди кандидатов, которые будут оспаривать президентское кресло, есть и наш кандидат – Ирина Муцуовна Хакамада. Но она – женщина”, – сокрушаются авторы послания председателю ЦИК Александру Вешнякову. Ролик, подозревают они, “создает в сознании избирателя” образ президента-мужчины. Поэтому кандидатам “крайне обидно и горько” за своего кандидата. <...>

Источник, близкий к кандидату от КПРФ Николаю Харитонову, говорит, что, “хотя повод внешне и кажется легкомысленным, мы готовы в своих выступлениях поддержать сторонников Ирины Муцуовны”.

Психологи и политтехнологи разделяют подозрения сторонников Хакамады. Ролик, изображающий президента-мужчину, “директивно закрепляет гендерное неравенство”, убеждена Мария Арбатова, сопредседатель Партии прав человека. “Подобные ролики программируют подсознание избирателя”, – соглашается Екатерина Егорова, председатель совета учредителей центра политконсультирования “Николо М” <...>

Михаил Виноградов из коммуникационного агентства “PRПропанганда” напоминает, что болезненное отношение к гендерному вопросу, закрепленное в американской политической традиции, в России пока воспринимается скорее на уровне анекдотов. “В европейской же практике подобных скандалов пока не было”, – говорит он. Эксперт допускает, что технологи Хакамады решили сосредоточиться на “обработке” маргинальных групп, так как “даже самый либеральный избиратель Хакамады не чувствителен к такого рода проблемам”. А Егорова считает, что речь идет об “искренней позиции Хакамады, которую она не один раз озвучивала” (Ведомости 4.03.2004).

Хотя формально в тексте представлены разные точки зрения, причем комментариев в поддержку И. Хакамады несколько, а против – только один, в целом статья представляет ее позицию как сомнительную пиаровскую акцию, которая не может иметь серьезных политических последствий. Такое прочтение опосредовано как оценками комментаторов (*повод ... легкомысленный, ... подобных скандалов*), так и общим ироническим тоном, в котором выдержано сообщение о сути конфликта. Благодаря манипуляциям с прямой речью высказывания авторов письма приобретают курьезное звучание: *“Но она женщина”, – сокрушаются они.* Слова *“подозревают”* и *“подозрения”* имплицитно подразумевают сомнения в обоснованности доводов сторонников Хакамады и представляют конфликт как надуманный (*“создает в сознании избирателей”*).

Высказывания лиц, разделяющих точку зрения Хакамады, даны в кавычках и представлены как их личные мнения, на что указывает и семантика предикатов *“убеждена”, “соглашается”, “считает”*. Позиция же М. Виноградова не закавычена и вводится глаголом *“напоминает”*, что подчеркивает особый статус сообщаемой им информации, как отражающей реальное положение дел, а не чье-то мнение или убеждение. Характерно, что те, кто соглашается с Хакамадой, названы *“психологами”* и *“политтехнологами”*, и только М. Виноградов, чей голос занимает позицию истины в тексте, назван *“экспертом”*.

Статья воспроизводит оппозицию традиционной и либеральной гендерных идеологий, при этом последняя позиционируется как маргинальная. Читатель, чтобы понять иронию автора, должен солидаризироваться с его позицией.

Культурные коды как форма позиционирования представляют собой положения, с которыми, как ожидается, читатель согласится или сочтет самоочевидными. Речь идет о текстовых пресуппозициях, основанных на осознаваемых и неосознаваемых культурных стереотипах. Культурные коды активно используются в предвыборном дискурсе с целью апологетики и

критики. Например, в репортаже «Коммерсанта» (21.11.2003) о теледебатах по выборам в Думу, героем которого является Н. Басков («Партия Жизни»), они становятся инструментом демаскулинизации. Автор статьи, в частности, акцентирует несовместимую с маскулинностью чрезмерную озабоченность кандидата-певца собственной внешностью: *«Он был единственным на трибуне человеком в гриме. Гримируют обычно только лидеров партий, выходящих к микрофону, но господин Басков в гриме пришел на передачу и в гриме покинул ВГТРК»* ; *“... на нем был черный пиджак, который если снимать его на камеру, казался просто черным, а если посмотреть на пиджак поближе, то лоскутным и кружевным».*

Ирония реплик *«был обаятелен и в перерывах между раундами предавался светской болтовне»* и *«заявил в порядке светской болтовни, что женат и имеет хороший тыл»*, также понятна благодаря культурным кодам: «болтовня» имплицитно подразумевает легкомысленность и несовместима с мужественностью. Уместно вспомнить, что лингвистической основой дискредитации Джорджа Буша (старшего) в прессе во время его неудачной кампании 1992 года по переизбранию на пост президента было употребление им слов, стереотипно воспринимаемых как «женские» – *“a splash of coffee”* и *“having a chat”* («поболтать») [Romaine 1999: 5]. Здесь, как и в примерах выше, культурные коды (вос)производят традиционные представления о мужественности и женственности (патриархатную идеологию).

(б) Позиционирование читателя в американском предвыборном дискурсе

Если для российских предвыборных практик характерно метагендерное позиционирование электората, то в американском предвыборном дискурсе оно носит гендерно дифференцированный характер. Речь идет прежде всего о выделении женщин в особую группу избирателей и прямой апелляции к ней. Например, сайт демократа Дж. Керри, чью предвыборную кампанию характеризуют эпитетом *women-friendly*, имел специальный раздел *“Women’s Issues”*, где кандидат, обращаясь к женской аудитории, разъяснял свои

взгляды по ключевым для нее вопросам, на каждый из которых давались специальные ссылки: “расширение экономических возможностей для женщин”, “преодоление неравенства в оплате труда женщин”, “борьба с насилием в отношении женщин”, “защита права выбора женщин” (прав на аборты), “возможности получения высшего образования для женщин” и т.п. На сайте также была страничка “*Women for John Kerry*”, где сторонницы Керри выступали в его поддержку, обращаясь к другим женщинам. «Адресный» характер носили интервью кандидата женским организациям и средствам массовой информации.

У Дж. Буша интерpellация женской аудитории присутствует в каламбурах вокруг его имени (*George W. Bush*), в котором средний инициал совпадает с первой буквой английского слова *women*. Предвыборный лозунг сайта предвыборной кампании Буша “*W stands for Women*” (“W стоит за женщин”) его противники переименовали на *weak on women* (“ослабил позиции женщин”) и *war on women* (“объявил войну женщинам”), заявляя, что “<...> президент Буш продолжает ослаблять **наши** права... и **наши** возможности”. Индикаторами прямого обращения к женской аудитории являются инклюзивное местоимение “наши” (*our*) и реитерация слова “женщины”. В данном случае можно говорить о совмещении прямого и полупрямого позиционирования, когда категориальное имя, задающее субъектную позицию, маркирует темы, обращенные к данной группе избирателей.

Следует подчеркнуть, что позиционирование электората в американском предвыборном дискурсе не ограничивается дихотомией «мужчины – женщины». Опросы общественного мнения, проводимые политическими партиями и аналитиками в рамках каждой предвыборной кампании, определяют гендерные группы избирателей, являющиеся ключевыми для победы, и кандидаты в своих выступлениях ориентируются на их интересы⁴².

⁴² Ср.: «В последние годы кандидаты стремились заполучить голоса так называемых «мам футболистов» (*soccer moms*), но недавно опросы стали превозносить группу, прозванную «папаши, любители автогонок» (*NASCAR dads*) <...>. Определение данной группы лишь начинает формироваться, но ее представителя

Эти политико-демографические категории получают броские названия-ярлыки в форме двусоставных субстантивных словосочетаний с метонимическим атрибутом:

Soccer moms (“матери футболистов”) – белые женщины с детьми, живущие в пригородах (возят сыновей на тренировки, обеспечивая всевозможную помощь и поддержку);

Waitress moms (“мамы-официантки”) – замужние женщины с детьми, имеют низкооплачиваемую работу и низкий уровень образования;

Security moms (“матери, озабоченные вопросами безопасности”) – женщины, которых больше всего волнует безопасность своей семьи/детей и вопросы борьбы с терроризмом;

Angry white males (“сердитые белые мужчины”) – европейские мужчины среднего класса, взбунтовавшиеся против обвинений в расизме и сексизме;

Nascar dads (“папаши-любители автогонок”) – белые мужчины, рабочих профессий, с семьей и детьми, поклонники гонок на спортивных автомобилях.

Office park dads (“отцы, паркующиеся у офисов”) – белые мужчины (отцы семейства) со средним достатком, которые живут в пригороде и ездят на работу в городской офис (традиционно симпатизируют республиканцам, считая, что демократы слишком много средств тратят на различные виды социальной помощи и пособий).

Распространенным способом полупрямого позиционирования читателя в американском предвыборном дискурсе является тематика материалов. Например, статья об отношении к моде жен кандидатов в президенты США и первых леди прошлых лет “*The Fashionable Heritage of White House Free Spirits*” (International Herald Tribune 17.08.2004) или традиционный конкурс журнала “*Family Circle*” («Семейный круг»), в котором жены кандидатов соревнуются на лучший рецепт домашнего печенья, безусловно, адресованы женщинам. Можно выделить и темы, обращенные к мужчинам (например,

описывают как мужчину из рабочего класса, которого больше волнуют ценности, а не партийные ярлыки (The Dallas Morning News 16.09.2002).

ношение оружия), хотя во многих случаях деление на «мужские» и «женские» темы весьма условно. Более того, в президентской кампании 2004 года традиционно «мужская» тема безопасности (война с терроризмом) напрямую связывалась с категорией избирательниц, именуемых *security moms*.

Средством полупрямого позиционирования является не только тематика и жанр материалов, но и стиль предвыборных выступлений. Например, стилистику выступлений Билла Клинтона политические аналитики характеризовали формулой «я чувствую вашу боль» (*I feel your pain*). Такая манера обращения подчеркивала его способность, как мужчины-политика, сопереживать, проникаться чувствами другого человека и, как считалось, была в большей мере адресована женской аудитории.

Дж. Эдвардсу, партнеру Дж. Керри по предвыборной кампании 2004г., приписывают тактику «инверсии» политического обращения, традиционная цель которого – настроить аудиторию положительно по отношению к кандидату. Эдвардс, который одинаково хорошо владеет риторикой «двух Америк» (богатой и бедной), умеет вселить в своих слушателей положительное отношение к самим себе. Он нередко заканчивает свои речи фразой *I believe in you* («Я верю в вас»), а иногда использует более тонкую тактику, создавая у аудитории исповедальный настрой – ощущение, что он и они могут полностью доверять друг другу. Считается, что такой стиль способен привлечь женщин-избирательниц, многие из которых, как показывают опросы общественного мнения, продолжают испытывать отсутствие уверенности в себе, бессилие и слабость.

В приведенном ниже фрагменте из речи Дж. Эдвардса на июльском съезде демократов в Бостоне инклюзивное «us» («нас»), обобщенно-личное «you» («вы») и селектив «people of the good and strong will» («люди доброй и сильной воли») задают метагендерные позиции. Однако смысловые акценты, создаваемые, в частности, реитерацией слова *inspire* («воодушевлять, вселять чувство уверенности») позволяют говорить об имплицитной женской аудитории в аспекте полупрямого позиционирования, ср.: «*Как и всем нам,*

жизнь преподала мне много уроков <...> это, во-первых, неизбежность душевной боли и борьбы – от них никуда не уйти. Но другой урок – это то, что люди сильной и доброй воли способны все изменить. Первый урок печален, второй вселяет уверенность. Мы американцы, и мы выбираем то, что вселяет уверенность...»⁴³.

В следующем примере индикатором обращения к женской аудитории является референция слова *neighbor*, которое в английском языке относится к группе «ложных родовых имен», прототипически представленных референтами мужского пола (см. гл. 4). Женская референция *neighbor* (эксплицированная местоимением *her*) в данном случае сопоставима с метагендерным употреблением местоимения *she* и служит не только сигналом гендерного позиционирования адресата, но и самопозиционирования говорящего как сторонника эгалитарной гендерной идеологии: *When your neighbor calls you and says that her daughter has worked hard and wants to go to college—you tell her.....hope is on the way* («Когда вам позвонит соседка рассказать, что ее дочь много работала и хочет пойти в колледж – скажите ей <...> надежда идет»).

Предвыборные выступления кандидатов задают позицию адресата, на которого предполагается оказать воздействие (нельзя рассчитывать на адекватное восприятие аполлогизации, если интересы и предпочтения читателя/слушателя расходятся с тем, что обещает кандидат, и тем, что он ставит себе в позитив). Например, Дж. Буш, будучи активным противником однополых браков и прав на аборт в речи на сентябрьской Конвенции республиканцев соответствующим образом позиционирует аудиторию, используя элементы опосредования и культурные коды:

- «Поскольку гуманное общество дорожит самыми слабыми своими членами, мы должны дать право на жизнь нерожденным детям»⁴⁴;

⁴³ *Like all of us, I have learned a lot of lessons in my life. Two of the most important are that first, there will always be heartache and struggle—you can't make it go away. But the other is that people of good and strong will, can make a difference. One lesson is a sad lesson and the other's inspiring. We are Americans and we choose to be inspired.*

⁴⁴ *Because a caring society will value its weakest members, we must make a place for the unborn child.*

- «Так как союз между мужчиной и женщиной заслуживает почетного места в нашем обществе, я поддерживаю защиту брака от судей-активистов...»⁴⁵.

Следует подчеркнуть, что оба кандидата в президенты США позиционируют читателя в рамках дискурса гендерного равенства. Например, референция к американским военнослужащим в Ираке неизменно включает номинации мужского и женского рода: *a son or daughter in service* (сын или дочь, которые служат); *our men and women in uniform* (мужчины и женщины в военной форме) и т.п. Показательны также (1) трансформация идиомы *Sons of Liberty*⁴⁶ (Сыны свободы) в выступлении Дж. Керри, который говорит о «сынах и дочерях свободы» (*sons and daughters of liberty*), и (2) гендерно значимое расширение значения глагола «to work» в реплике Дж. Буша о «матерях, работающих вне дома» (*Moms who work outside home*). Напомним, что Д. Спендер (1980) иллюстрировала значение слова *work* (*paid work outside home* / оплачиваемая работа вне дома) андроцентризм английского языка, транслирующего «мужскую» картину мира. Пресуппозицией высказывания Дж. Буша является признание того, что домашний труд женщины – тоже работа. Подобное употребление – способ политкорректного позиционирования политика, известного своей приверженностью традиционным патриархатным ценностям.

Косвенное позиционирование путем «навязывания» читателю доминантного прочтения текста характерно как для российского, так и для американского материала. Однако если в российском предвыборном дискурсе, как правило, эксплуатируются традиционные гендерные представления

⁴⁵ *Because the union of a man and a woman deserves an honored place in our society, I support the protection of marriage against activist judges...*

⁴⁶ "Сыны свободы" – массовая тайная патриотическая организация в английских колониях в Америке. Возникла в ноябре 1765 в знак протеста против Закона о гербовом сборе [Stamp Act], исполнению которого она оказывала всяческое сопротивление. Первая ячейка была создана Дж. Лэммом [Lamb, John] и А. Сирсом [Sears, Isaac] в г. Нью-Йорке, и вскоре ее отделения появились в большинстве крупных населенных пунктов колоний. Членами организации в основном были ремесленники, наемные рабочие, мелкие собственники. В некоторых колониях, особенно в Нью-Йорке и Коннектикуте, а также в г. Бостоне, организация приобрела форму полувоенной структуры со своей службой разведки. Формы борьбы включали как акции протеста и петиции, так и открытые насильственные действия против британских властей (поджоги, нападения на чиновников и т. п.), наиболее известным из которых было т. н. "Бостонское чаепитие" [Boston Tea Party].

(стереотипы), то в американском – аналогичные языковые механизмы опосредуют (вос)производство как патриархатных ценностей, так и новой (эгалитарной) гендерной идеологии, ср.:

- *«Культурный идеал женщины в Америке не изменился <...> Культурный идеал – жена и мать. И та, кто является первой женщиной страны призвана в наибольшей мере соответствовать этому идеалу»⁴⁷ (The New York Times 29.07.2004);*
- *«...нельзя требовать от женщины, чтобы она выглядела или поступала определенным образом только потому, что является женой. Это абсолютно несовременно. Меня удивляет, что иногда в Америке, которая является свободной страной, мы смотрим на жену президента, будто она современная рабыня. Это неправильно»⁴⁸ (Newsweek 17.1.2004).*

Заслуживает внимания частное наблюдение, нуждающееся, однако, в дополнительной проверке. По нашим данным, для американского предвыборного дискурса менее характерно опосредование с помощью кванторов типа «каждый», «любая», «всякая» (типа «каждый мужчина должен...», «любая женщина будет...»), что может быть в той или иной мере связано с отказом от глобальных категорий мужественности и женственности в академическом гендерном дискурсе.

Таким образом, при сходстве общих типов интерпелляции, для российского предвыборного дискурса характерно метагендерное, а для американского – гендерно дифференцированное позиционирование читателя (выделение женщин в особую группу избирателей, гендерно значимые политико-демографические категории де-юре и пр.). Культурные коды мужественности и женственности в обоих дискурсах обнаруживают как изоморфизм, так и специфику (например, аналогия президента с ковбоем этнически специфична). При этом в американских предвыборных практиках

⁴⁷ *The cultural ideal of women in America has not changed <...> The cultural ideal is wife and mother. And nobody is asked to live that ideal more than the woman who represents the first woman in the country*

⁴⁸ *... just because a woman is a spouse she shouldn't be expected to look one way or act one way. It's certainly not a modern thing to do. I am surprised sometimes that in America, a liberated country, we expect the wife of a president of the United States to be, in essence, modern chattel. It's not right.*

наряду с традиционными гендерными стереотипами (вос)производятся и постулаты нового гендерного порядка, в результате чего конструируется социальная реальность, в которой гендер и идея равенства возможностей более значимы и заметны.

5.4. Конструирование гендера в письмах избирателей

Одним из важных аспектов позиционирования электората в российском предвыборном дискурсе являются письма избирателей. Материал для анализа составили предвыборные публикации в нижегородской прессе в период выборов мэра города (2002г.). Рассматривались главным образом печатные материалы предвыборных штабов кандидатов, которые в большей мере, чем «качественная» пресса используют стратегию воздействия на избирателей «голосом» самих избирателей, то есть через письма в редакцию, которые призваны отражать точку зрения электората.

В данном случае можно не задаваться вопросом, были ли анализируемые письма написаны реальными избирателями (мужчинами и женщинами) или по заказу. С учетом имеющего место в современной гендерологии ухода от эссенциалистских представлений о гендере в сторону концепции о перформации гендера, женским (или мужским) голосом можно считать то, что воспринимается в данном обществе как женский (или мужской) голос. Здесь уместна апелляция к упоминавшейся выше статье Киры Холл "*Lip service on the fantasy lines*" [Hall 1995: 183 – 217], где рассказано о людях, которые зарабатывают на жизнь, разыгрывая по телефону (т.е. исключительно посредством языка) тот тип женственности, который в наибольшей мере удовлетворяет клиента. В этом спектакле – в данном случае слово *performance* вполне применимо в этом своем значении – черных женщин лучше всего представляли белые и наоборот, а один из респондентов даже оказался мужчиной.

Исследование К. Холл показало, что для того, чтобы говорить как мужчина или женщина, не обязательно быть мужчиной или женщиной, достаточно

знать об определенных конвенциях речевого поведения. Например, очевидно, что письмо, в котором автор сетует на *«совершенно гадкое ощущение от всего, что было наворочено вокруг моего избранника»* [Новое Время №32, 23.09.02] не могло быть написано (подписано) мужчиной ввиду амбивалентности лексемы «избранник» (основное значение – «будущий муж», второстепенное, фразеологически связанное значение представлено в идиоме «народные избранники» – депутаты). Можно привести и другие примеры существования в языковом сознании стойких ассоциаций (безусловно, стереотипной природы) между лингвистическими формами и гендером их продуцента. Так, на нижегородском телевидении есть два популярных политических ток-шоу, в названиях которых использованы метафоры («Политическая кухня» и «Ход конем»). Думается, вполне очевидно, какую из названных передач ведет женщина, а какую – мужчина.

Анализ писем избирателей, опубликованных в августе – сентябре 2002г. в печатных изданиях предвыборных штабов кандидатов показал, что женщины в своих письмах и обращениях, как правило, **благодарят, жалуются, жалеют и сочувствуют**, тогда как мужчины обычно **анализируют, обвиняют, советуют и напутствуют**.

Выявилась любопытная закономерность: если в предвыборной газете кандидата больше писем от женщин-избирательниц (например, газета «Новое дело» выдвигавшегося на второй срок мэра Ю. Лебедева), то почта в основном носит характер благодарностей, пожеланий здоровья и успехов. Метапослания, обрамляющие такие письма, создают виртуальную дискурсивную реальность – действующий мэр хорошо справляется со своими обязанностями, заботится о горожанах, его следует переизбрать на второй срок.

Обращает на себя внимание повышенная эмоциональность писем с выражением благодарности: *«Спасибо вам за то, что Вы такой <...>. Спасибо вашим родителям за то, что вы есть»* [Новое время, 19.09.02]. В «мужском» тексте подобные излияния ощущались бы как неуместные, и,

следовательно, подрывали доверие читателей-избирателей к кандидату. В женских письмах они приемлемы в силу бытующих в обществе представлений об эмоциональности и многословности женщин.

Пожалуй, наиболее необычны по форме и содержанию письма, где избирательницы «жалеют» кандидата: *«Мне кажется, у вас появилось много врагов, которые стараются подоврать ваш авторитет... Вам сейчас плохо, много пишет Дикин <...> поливает вас грязью<...> Мы Вас любим, но есть такие, что вставляют палки...»* [Новое дело № 42, 12.09.02]. Содержание и тон таких писем призваны вызвать сочувствие, а причина их появления – чисто российский феномен, когда опальный (обиженный и униженный властями) политик, вызывает наибольшие симпатии населения. Мужчинам жалеть мужчину не пристало, поэтому письма с выражением жалости и сочувствия исключительно женские.

В печатных материалах, где больше писем от мужчин («Нижегородский вариант» А. Климентьева), превалирует обличительный тон. Любопытная черта такого рода конфликтного дискурса – неразличение денотатов как элемент конструирования образа врага (*власть/кандидат от партии власти, администрация/суд/избирательная комиссия* и т.д.). Это, вероятно, не гендерная особенность и вряд ли данная тенденция может быть приписана в большей степени «мужскому» голосу в предвыборном дискурсе или мужским речевым практикам в целом, однако, поскольку обличительная тематика шире представлена в «мужской» корреспонденции, феномен неразличения денотатов оказался более характерен для эпистолярных продуктов мужчин.

Еще одно наблюдение касается использования просторечных пословиц и поговорок для стилизации определенной части «мужских» писем. Целевой аудиторией печатных изданий кандидатов является так называемый протестный электорат – люди с низким достатком, среди мужской части которого, как известно, немало любителей «крепкого словца». В письмах таких избирателей, как правило, выражающих недовольство, широко представлена просторечная идиоматика (*надоели хуже горькой редьки, сами*

себя в дегте вымазали и в перьях вываляли и т.п.), которая выполняет компенсаторную функцию, выступая в роли эвфемистических субститутов слов и выражений, не уместных на страницах печатного издания.

Характерно, что авторы «женских» писем чаще и легче признают свою умственную несостоятельность и неспособность разобраться в перипетиях предвыборной борьбы: *«Я запуталась окончательно, ничего не понимаю... Приехала в город в воскресенье и, как дура, под дождем сразу пошла голосовать... Однажды меня по моей глупости наперсточники обманули, и после этих выборов на душе осталось точно такое же чувство, что кто-то за меня все решил и ничего не объяснил...»* [Новое Время, 14.09.02]. Есть в «женской» почте и письма с оттенком самоуничижения: *«Здравствуйте, уважаемый Михаил Васильевич. Прошу вас, не ругайте меня, что я вас беспокою...»* [Нижегородские новости №49 (57), 15.08.02]. Подобные импликации отсутствуют в «мужской» корреспонденции, и подтекст эмоциональных писем здесь иной – в меньшей степени беспомощность и обида (*«Я совсем не заслужила такого наплевательского отношения...»*), в большей – активный протест (*«Не люблю, когда мне что-то навязывают...», «Не хочу чувствовать себя лохом»*).

Анализ печатных материалов нижегородской кампании показывает, что в предвыборном дискурсе женщина чаще, чем мужчина конструируется как **объект (жертва)** внешних действий или решений; мужчина же преимущественно представлен как **субъект**, принимающий решения или оказывающий воздействие. Подобные репрезентации конструируются за счет вербальных и невербальных средств. К последним относятся, в частности многочисленные фотографии, где кандидаты-мужчины сняты в окружении женщин, которые просят их о помощи, благодарят за помощь и т.п. Очевидно, в данном случае срабатывает стереотип, что женщины как «слабый пол» больше нуждаются в помощи и защите.

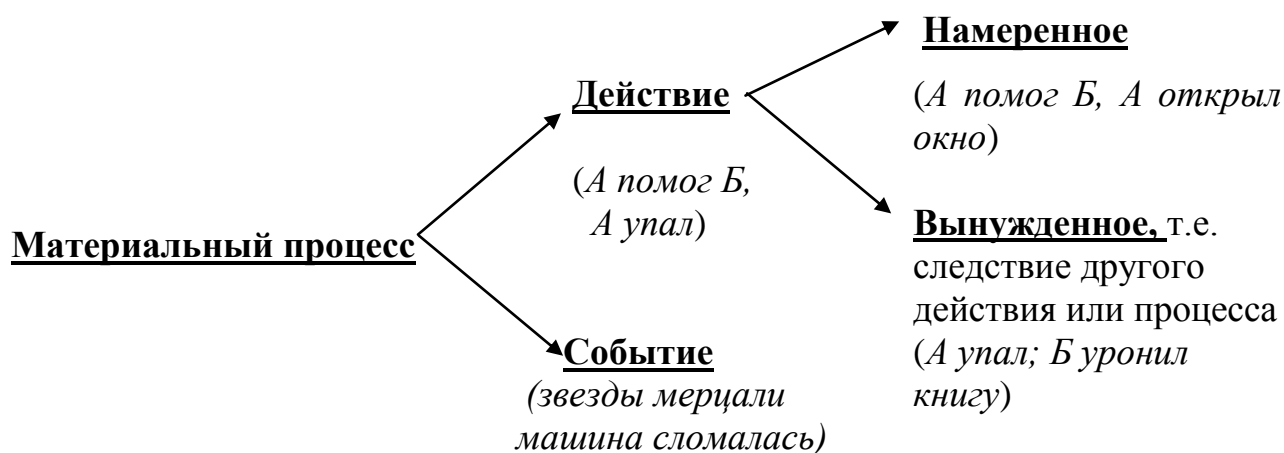
К лингвистическим средствам объективации женщин в предвыборном дискурсе относятся:

(1) Синтаксическая организация предложений - представление лица как субъекта или объекта действия; использование дативных и безличных конструкций, отражающих эмоции или переживания. Примером могут служить два заголовка к письмам, где мужчина и женщина выражают свое возмущение неправомерными, по их мнению, действиями властей по отношению к поддерживаемому ими кандидату. Заголовки представляют собой фразы из писем и в целом отражают их общий тон: письмо «разнорабочего Толика» озаглавлено «*Как решили, так и будет*», письмо «студентки техникума Ани» - «*Нас облили помоями*» [Нижегородский вариант № 32, 23.09.2002].

(2) Грамматическая форма предикатов (залог, наклонение, модальность): Возвратный залог в письмах женщин представлен несколько шире, чем в письмах мужчин; в таких предложениях женщина хотя и является субъектом действия, выраженного глагольным предикатом, но ни на кого не воздействует, а совершаемое действие замыкается на ней самой (*никак не успокоюсь... хочу разобраться... стала задумываться...*). Для писем мужчин в большей мере характерна утвердительно-императивная модальность: *Я решил... я уверен..., одобряю... мы должны* и т.п.

(3) Важным фактором, определяющим репрезентацию «женского голоса» в предвыборном дискурсе является семантика глагольных предикатов или так называемая транзитивность – выбор глагольных предикатов с целью определенным образом представить лицо в системе связей и отношений с окружающим миром. Анализ транзитивности предполагает рассмотрение характера действий: Какие действия представлены в тексте? Кто является субъектом, т.е. производит их? Кто является объектом, по отношению к которому они производятся? Куда/на кого направлены действия? Транзитивность в данном случае не эквивалентна переходности в традиционной грамматике, хотя, касаясь лингвистических манифестаций ролей участников и способов их взаимодействия друг с другом, она неизбежно фокусируется на агентивности.

Модель анализа транзитивности, впервые предложенная М.А.К. Халлидеем, делит глаголы на категории в зависимости от характера выполняемой деятельности и роли участника в этой деятельности [Halliday 1967; 1968; 1996]. Д. Бертон упрощенно представила эти типы в виде следующей схемы [Burton 1996: 228]:



Реляционный процесс

Она – моя дочь
Мы были в саду

Материальные процессы в данной схеме – это действия, производимые людьми (могут быть представлены переходными и непереходными глаголами: «А помог Б» или «А рассмеялся»), или события («Что-то сломалось»). Действия могут быть либо намеренными («А помог Б»), либо ненамеренными, следствием другого действия или процесса («А упал, побледнел»). Ментальные глаголы обозначают действия, относящиеся к размышлениям,

эмоциям или ощущениям субъекта. Такие процессы могут быть замкнуты внутри индивида (*internalized*) («А думает, полагает, переживает, испугался, обрадовался») или направлены вовне (*externalized*), т.е. обозначать результаты ментальных процессов («А сказал, придумал»). Предикаты, обозначающие внутренние процессы, могут быть далее представлены глаголами восприятия («видеть, слышать»), реакции (ценностные суждения типа «одобрять, осуждать») или познания/когниции («думать, интересоваться»).

Ключевым принципом в данной модели анализа является мысль о том, что у говорящего или пишущего всегда есть выбор, какой глагол употребить и, соответственно, как описать (представить) то ли иное событие. Изучение транзитивности в этом смысле есть анализ точки зрения, мировоззрения или «реальности», конструируемой в тексте.

Халлидей обратился к анализу транзитивности, чтобы показать различие в мировоззрениях персонажей в романе Голдинга «*The Inheritors*» [Халлидей 1996]. Позднее Дейдре Бертон и Хилари Футтит использовали его применительно к текстам более открытого идеологического и политического звучания: Бертон – чтобы продемонстрировать, как в автобиографическом романе поэтессы Сильвии Плат, героиня «вписывает себя в позицию беспомощной жертвы» [Berton 1996: 229]; Футтит – как способ лингвистической реконструкции понимания депутатами Европарламента феномена европейского гражданства [Footitt 2002].

Элементы аналогичной методики были использованы при анализе «женского голоса» в нижегородском предвыборном дискурсе. Точная статистическая обработка данных не проводилась. Это не представлялось целесообразным, поскольку для создания определенного впечатления не всегда требуется количественное преобладание: как известно, для достижения нужного эффекта (стилистического, прагматического и пр.) достаточно единичных приемов или примеров. В ходе анализа внимание обращалось на следующее:

- обозначает ли предикат действие или событие;

- является ли действие намеренным или следствием иного процесса;
- является ли процесс замкнутым на субъекте или направлен от него вовне.

Результаты анализа можно кратко обобщить следующим образом. В предложениях, где женщины представлены как объект внешних действий или процессов, воздействующим фактором, как правило, являлись власти, обстоятельства (потеря работы, бедность, болезнь), предательство близких, помощь кандидата, освещение выборов в прессе и т.д. В предложениях, где женщины представлены как агент, субъект намеренного действия, речь большей частью шла о голосовании и смежных процессах (*приехала и сразу пошла голосовать... развернулась и ушла... никогда не пойду голосовать... голосовала против всех, имея в виду...*). Зафиксированы и предикаты, являющимися следствием другого действия (*потеряла веру ... нищаем*).

Среди глаголов, обозначающих ментальные действия, значительную группу составляют единицы, обозначающие внутренние переживания индивида: *Я была поражена, как опустились журналисты... Я думала... хотела... надеялась... мы убедились... никому не верю... хочу, чтобы жизнь стала лучше... никогда не задумывалась* и т.д. Конструируемая таким образом реальность, создает впечатление, что, даже производя какие-то действия, женщина ни на кого не воздействует кроме самой себя.

В качестве примера приведем выдержки из письма, озаглавленного «Исповедь простого обывателя»:

«Перестройке я была рада и связывала с ней некоторые надежды. Припоминая сейчас свои настроения, я ловлю себя на мысли, что была отчасти похожа на известную гоголевскую героиню. Та все лепила портрет идеального жениха из отдельных деталей своих нынешних не слишком симпатичных ухажеров: вот если бы к носу Иванова Ивановича да глаза Пахома Петровича, да деликатность Петра Алексеевича. Так и я рассчитывала, что к несомненным достоинствам советского строя в результате добавится нечто замечательное – от обилия товаров в магазинах до невиданных политических свобод. Но более всего хотелось ощущать себя самоценной личностью, не винтиком системы, а Гражданином <...> Это новое положение должно было выражаться в новой системе оценки моего вклада в общую жизнь <...> Ну что греха таить, я небездарный и очень деятельный человек всегда получала такую же зарплату, как и работающий рядом спустя рукава лентяй и дурак. Зная, как за рубежом оценивается специалист моего уровня, я рассчитывала на это и в своей стране. А еще предполагала, что на общественных весах неформально будет взвешиваться и мое гражданское мнение по всякому значимому для страны поводу <...> Что случилось с моими

надеждами объяснять нет нужды <...> Я с трудом перебиваюсь от зарплаты до зарплаты... не отдыхаю, не лечусь... вытянула последние жилы, чтобы оплатить учебу ребенка в институте. Необходимость купить новый диван ... приводит меня в смятение... Меня обокрали и нагло обворовывают поминутно, при этом безбожно врут в глаза...<...> Мы балансируем между двумя пропастями – одна безвозвратно отделила нас от прошлого, другая еще более страшная – отсекает от будущего... Мы испуганы, мы растеряны, мы больше ни во что не верим. И особенно в мудрых государственных мужей» (Новое Время, 23.09.02).

В письме автор представлена как объект действия лишь в четырех предложениях (*Мысль приводит меня; меня обокрали, обворовывают; мне лгут*), один раз использована дативная конструкция (*мне хотелось*). Большой же частью она является субъектом действий и процессов.

- 1) Я была рада – *ментальный внутренний*;
- 2) Я связывала надежды – *ментальный внутренний*;
- 3) Я ловлю себя на мысли – *ментальный внутренний*;
- 4) Я рассчитывала – *ментальный внутренний*;
- 5) Я получала (вознаграждение за труд) – *материальный, ненамеренный*;
- 6) Я предполагала – *ментальный внутренний*;
- 7) Я перебиваюсь (от зарплаты до зарплаты) – *материальный ненамеренный*;
- 8) Я не отдыхаю – *материальный ненамеренный*;
- 9) Я не лечусь – *материальный ненамеренный*;
- 10) Я вытянула последние жилы – *материальный ненамеренный (вынужденный)*;
- 11) Мы балансируем – *материальный ненамеренный (вынужденный)*;
- 12) Мы испуганы – *ментальный внутренний*;
- 13) Мы растеряны – *ментальный внутренний*;
- 14) Мы не верим – *ментальный внутренний*.

Как видим, характер агентивности весьма специфичен: преобладают глаголы, обозначающие внутренние ментальные процессы, материальные же действия в основном являются ненамеренными, следствиями иных действий и процессов. В результате, даже являясь субъектом действия, женщина ни на кого не воздействует.

Представленные в данном разделе репрезентации «женского голоса» типичны для предвыборной почты. Будучи основаны на гендерных стереотипах, они, в свою очередь, воспроизводят эти стереотипы, способствуя их живучести. Конструируемая таким образом «реальность» консервирует традиционный гендерный порядок, дезориентируя личность в системе социальных трансформаций через примитивизацию гендерных ролей.

5.5. Языковое конструирование мужественности и демаскулинизация

Гендерный фактор, без сомнения, учитывается пиар-командами кандидатов при разработке предвыборных стратегий. Имеются в виду спроецированные в область речевого взаимодействия когнитивные стратегии, нацеленные на эффективное манипулирование производимыми умозаключениями, которые активно используют языковые механизмы конструирования гендера не только для придания достоверности письмам избирателей (см. выше), но и для формирования позитивного/негативного образа кандидата.

Прототипический политик – мужчина, и традиционные для патриархатной культуры признаки доминантной мужественности (сила, твердость, уверенность, решительность и т.п.) становятся желаемыми чертами политического лидера. Это классический случай так называемого «аппозитивного мышления», которое Э. Фэй определяет как «троп, отражающий специфику культурной и политической мысли» [Fay 1994: 5]. Термин «аппозитивное» образован от английского *apposition* («приложение») и опирается на синтаксические смыслы: приложение и определяемое слово, соотносясь с единым референтом и совпадая по форме, не идентичны по содержанию.

Аппозитивным мышлением Фэй называет риторику, где неидентичные понятия и термины становятся взаимозаменяемыми. Примером может служить фрагмент интервью с директором московской консалтинговой фирмы, опубликованного в газете «Известия» (6.03.2004) под заголовком «Большой

бизнес не для женщин»: «У меня есть приятельница, которая возглавляет фирму. В общении с ней я четко улавливаю типично мужские черточки – решительность, аналитический ум, способность взять ответственность на себя и проявить волю в достижении результата, но при всем этом она сумела остаться очень симпатичной и женственной». Та же логика определяет рассуждения руководителя предвыборного штаба Дж. Керри, трактующего в терминах мужественности политический неологизм *presidentialness* – «то, что делает человека подходящим на роль президента», ср.: крупный, маскулинный, серьезный → подходит на роль президента: *voters... were struck by John's presidentialness. He is big, he is masculine, he is a serious man for a serious time*” (The New York Times 1.02.2004).

Рассмотрим языковые механизмы конструирования идеала и анти-идеала мужественности в репортаже газеты «Коммерсант» (20.11.2003) о теледебатах между В. Жириновским и С. Сибиряковым, представителем партии «Русь» (выборы в Госдуму). В данном случае имеет место так называемое «вторичное конструирование гендера», где имидж, созданный участниками в эфире, представлен автором с позиции ироничного наблюдателя в утрированной форме, где многие невербальные знаки мужественности получают языковое выражение.

«РОККИ НА ВТОРОМ КАНАЛЕ. Кандидат Сибиряков выстоял пять раундов против кандидата Жириновского.

Этот молодой человек Сергей Сибиряков, он , похоже, восходящая звезда российской публичной политики. Он молод, в меру хорош собой, смел, у него открытая улыбка, он толково и складно говорит, он бывший спецназовец, но не из этих мрачных спецназовцев, приплюснутых афганским или чеченским синдромом, а из тех, про которых фильм «Брат-2» Он кандидат экономических наук и нравится девушкам. Он говорит про новые технологии, новые энергоносители вместо нефти, новые дома по цене «Жигулей», новые дороги. Он говорит, что Россия будет зарабатывать не на экспорте нефти, а на экспорте питьевой воды и холода, каковые лежат у нас мертвым грузом на вершинах Кавказа и Алтая. И утопией в его словах являются не сами новые технологии и новые энергоносители, которые действительно существуют в природе. Утопия в том, что пришлось бы победить бюрократию и нефтяное лобби. То есть он с этой своей улыбкой - против всех, и тем симпатичен.

<...> вчера в студии канала «Россия» он выстоял против Жириновского пять раундов, как Рокки Бальбоа в кино выстоял двенадцать. Вы знаете другого политика, который с улыбкой мог бы перекричать Владимира Жириновского?

Господин Жириновский ведь в прямом эфире не такой, как в записи. Он агрессивный, он перебивает, он со всеми на ты. <...> А Сергей Сибиряков снимает пиджак перед

началом дебатов и остается в белой рубашке с открытым воротом, только рапиры не хватает. Ведущий Эрнест Мацкявичус спрашивает его:

- Почему вы всегда в одной рубашке?

- Ну, просто такой образ.

И потом господин Сибиряков спрашивает господина Жириновского:

- Вы либерал или демократ?

- Я патриот, - ловится господин Жириновский как пацан.

- Так почему же у вас тогда партия либерально-демократическая, - улыбается господин Жириновский этой своей снисходительной спецназовской улыбочкой.

И лидер ЛДПР заводится:

- Я сегодня требовал отставки правительства, а ты тут без пиджака ходишь. Пойди пиджак и галстук надень, тогда тебя, может, и возьмут в Думу дверь открывать! Где твои новые технологии? Какие ты три домика в минуту будешь строить по цене «Жигулей»? Три гробика ты будешь строить! Где твои дороги?

Вы думаете Сергей Сибиряков сдастся? Ничуть не бывало. Он говорит спокойно, но голос его сильнее, чем голос великого и ужасного Жириновского:

- У меня есть фотографии. Мы лично к вам приходили с Юницким (изобретателем каких-то новых сверхтехнологичных дорог). И вот что я вам скажу, Владимир Вольфович, толку от вас никакого нет! Вы большая беда для России! Вы скоморох! <...>

- Я скоморох?! Захлебывается господин Жириновский. С трибуны ЛДПР кто-то кричит Сергею Сибирякову:

- Серега, все! Ты беглец! Ты понял?

Тут кончается первый раунд, и в эфире телеканала Россия начинается реклама. А в студии начинается драка. <...> Заблаговременно подтянутый омовец встает между господами Сибиряковым и Жириновским, и партийцы ЛДПР пытаются ткнуть по-думски через голову омовца господина Сибирякова нескладными кулаками. <...>

А Сергей Сибиряков стоит позади омовца и улыбается. И понятно как-то, что со своими спецназовскими навыками он вырубил бы старика-скомороха одним ударом ноги, но не хочется марать ноги. И господин Жириновский тоже чувствует, что этот раунд проиграл. И он обращается к члену партии Русь Герою России, летчику и полковнику Буркову, спокойно сидящему на трибуне:

- Вам денег дали, чтобы вы тут паясничали, сволочи! Как куклу тебя посадили тут, полковник!

Но герой России не боится старого скомороха. Полковник поднимает стальные глаза и тихо говорит:

- Молчи ты.

И господин Жириновский замолкает. И начинается новый раунд. И лидер ЛДПР еще будет кричать, размахивать руками, а в перерыве обзовет господина Сибирякова жидовской мордой и израильским агентом. А господин Сибиряков в конце программы просто вспомнит, что сегодня сборная России играет в футбол со сборной Уэльса, и пожелает успеха нашей сборной. Победа по очкам.

Главный герой и победитель в «драке» С. Сибиряков исполняет архетипические мужские роли, каждая из которых имеет свои лексические индикаторы: солдат («бывший спецназовец»), эксперт («кандидат экономических наук», «говорит про новые технологии»), первопроходец («Россия будет зарабатывать... на экспорте питьевой воды и холода, которые лежат у нас мертвым грузом на вершинах Алтая и Кавказа»), кормилец

(«новые дома по цене «Жигулей») и *рыцарь* («в белой рубашке с открытым воротом, только рапиры не хватает», «нравится девушкам»). Образ «настоящего мужчины» дополняют эпитеты и предикаты («говорит спокойно», «не сдается», «вырубил бы одним ударом ноги», «голос его сильнее»).

Сибирякову и его партии, которую также представляет «Герой России, летчик и полковник Бурков», противостоит «старик-скоморох» Жириновский и «партийцы ЛДПР» с «нескладными кулаками». Агрессивная и наступательная позиция Жириновского представлена как слабая, немаскулинная (чрезмерная вербальная активность, скандальность и эмоциональная возбудимость – стереотипы женского поведения). Аллюзивные эпитеты «великий и ужасный» (аналогия с героем детской книжки «Волшебник изумрудного города») имплицитно указывают на отсутствие реальной силы. Жириновский легко «заводится», «ловится как пацан», «захлебывается» и «замолкает» под «стальным» взглядом полковника. Он «кричит», «размахивает руками» и «обзывает» своего соперника, который в конце программы «просто вспомнит» про «мужскую» тему футбол и пожелает успеха сборной России.

Театральный характер происходящего подчеркивают метафора боксерского боя («кандидат Сибиряков выстоял пять раундов против кандидата Жириновского», «победа по очкам»), аналогия с голливудским героем-одиночкой («Рокки на втором канале», «он с этой своей улыбкой – против всех, и тем симпатичен»), подчеркнута киношный имидж спецназовца («не из этих мрачных спецназовцев, приплюснутых афганским или чеченским синдромом, а из тех, про которых фильм “Брат-2”») и ответ героя на вопрос ведущего («Почему вы всегда в одной рубашке?» – «Ну просто такой образ»). Все это актуализирует значение «ненастоящей» жизни – игры, предназначенной для зрителя/избирателя и подчеркивает конструируемость образов и отношений.

В предвыборной кампании кандидаты исполняют разные роли, многие из которых гендерно специфичны. Это касается как ключевых ролей (Твердая рука, Патриот), так и факультативных микроролей, выполняющих тактическую задачу придания имиджу достоверности и объемности. Например, О.С. Иссерс, анализируя коммуникативные стратегии и тактики кандидатов в предвыборной кампании 1996 года, отмечает, что А. Руцкой не только Центрист, Державник и Либерал, но и Простой человек («огородник»), Заботливый сын (маме «подбрасывает денюжат»), Требовательный отец (оба сына «не курят, не пьют», встречаются с девушками «только по субботам», а по воскресеньям учат английский) [Иссерс 1996].

Исследователи сходятся во мнении, что наиболее существенным фактором, определяющим конструирование маскулинности, является власть: «ключ к пониманию мужественности лежит не в плоскости противопоставления с женственностью, а в асимметрии власти и престижа, которые в обществе в большей мере даны мужчинам» [Sattel 1983: 119]. С. Кислинг первым обратил внимание на многомерность понятия власти как ключевого концептообразующего параметра маскулинности и предложил полезную для лингвистического описания типологию [Kiesling 1997: 65 – 85]. В российской президентской кампании маскулинные позиции кандидатов артикулировались с опорой на различные типы власти (способы акцентирования «сильной» позиции кандидата):

- Власть физической силы определяла образ О. Малышкина (*"Взял за шиворот директора элеватора и начал трясти, пока не вытряс из него зерно"*).
- Власть, основанная на знании, широко использовалась в конструировании политического имиджа С. Глазьева (*"одного из лучших экономистов страны"*).
- Структурную власть или власть, основанную на месте в иерархии, чаще всего воплощал действующий президент, а также «дублер» и «спарринг-партнер Путина», Председатель Совета Федерации С. Миронов,

неоднократно подчеркивавший свою близость к главе государства и его курсу.

- Идеологическую власть как компонент предвыборного имиджа больше других эксплуатировал Н. Харитонов, строивший свою предвыборную агитацию на привлекательности коммунистической идеи и образа радетеля за интересы простого народа.

Большинство кандидатов, создавая имидж «настоящего мужчины», в той или иной мере опирались на власть образа, которая имплицитно подразумевает солидарность, моральный авторитет, вызывает симпатию (иллюстрацией могут служить материалы с сайта В. Путина о занятиях спортом, увлечении рыбалкой и т.п.). Лексическим воплощением данного типа власти в российском предвыборном дискурсе можно считать слово «мужик» («свой мужик», «настоящий мужик» и пр.).

Важную роль в процессе конструирования гендерных идентичностей и отношений играют социальные практики идентификации или «присвоение ярлыков» (*social labeling*). Политические ярлыки – это не столько способ категоризации и характеристики кандидата/политика, сколько эффективное средство воздействия на электорат.

Сущность речевого воздействия трактуют как использование языка, при котором в модель мира реципиента вводятся новые знания и модифицируются уже имеющиеся [Sperber, Wilson 1986; 1995; Баранов 1989: 12]. Исследователи в этой связи говорят о когнитивной стратегии речевого воздействия, определяемой как «способ обработки информации в памяти» [ван Дейк 1989]. Речь идет о том, чтобы «помочь» адресату в процедуре обработки информации перенести информацию из одной когнитивной области в другую. Аппелляция к гендерным стереотипам (эталонам, образцам), гендерно значимые аллюзии и антитезы в этом контексте весьма эффективны.

Политическое прозвище В. Путина «ВВП» – это каламбур, основанный на совпадении инициалов президента и аббревиатуры ВВП («внутренний валовой продукт»). Оно метонимически акцентирует силу, власть и

ассоциируется с доминирующей маскулинностью. Противоположным по экспрессивно-оценочным коннотациям и более прозрачным с точки зрения гендерных смыслов является прозвище Б.А. Березовского – «БАБ», которое обычно появляется в печатных СМИ форме родительного падежа БАБа. Не менее «говорящий» ярлык у Жириновского – «*Мужчина на букву Ж*» (Грани.Ру 9.03.2004). В ходе предвыборной кампании 2004г. перечень гендерных политических ярлыков пополнило прозвище ставленника Березовского И. Рыбкина – «*БАБский кандидат*» (Ведомости 25.2.04). В ходе местных предвыборных кампаний гендерно маркированные политические ярлыки широко используются для дискредитации кандидатов, ср.: «*добрый барин и смелый рыцарь в одном флаконе*» (А. Хинштейн), «*мужчина, приятный во всех отношениях*» (Ю. Сентюрин) и т.п.

Конструируя позитивный образ кандидата на выборах, российские средства массовой информации прибегают к традиционным патриархатным архетипам мужественности: *охотник, добытчик, хозяин, защитник*. Эти и другие атрибуты мужественности, приписываемые кандидатам напрямую или имплицитно (через высказывания типа *Такой в обиду не даст!*), апеллируют к недовольству властями, которые «обижают» народ и живут за счет простых людей.

Обращает на себя внимание смещение смысловых акцентов в паре гендерно маркированных номинаций «мужчина» и «мужик». Приглушены (практически не реализуются) фиксируемые словарями негативные оттенки лексем «мужик» («грубый», «неотесанный»), зато максимально актуализирован лексикографически не зафиксированный положительный смысл «надежный», «свой» (через смежные контекстуальные характеристики типа *Мужик он честный, умеет держать слово... у меня к нему недоверия нет... На такого можно положиться... не ударит в спину... не предаст жителей города... Если сказал, то сделает... не подведет*). Весьма широка сочетаемость слова «мужик» с позитивно окрашенными атрибутивными лексемами *хозяйственный, честный, смелый, сильный, крепкий, с хитринкой и*

др.; часто используются *атрибуты* «русский» и «наш». Материал исследования дает основания говорить не просто о ситуативных (адгерентных) аксиологических приращениях в значении слова "мужик", а о том, что в его семантике на сегодняшний день имеются ингерентно присущие данному знаку положительные коннотации. Косвенным подтверждением этому может служить неоднократно зафиксированное в текстах использование сочетаний *настоящий мужик* и *нормальный мужик* с позитивным смыслом, значительно более широким, чем просто признание мужского пола кандидата или его традиционной сексуальной ориентации. Напр.: «... он *настоящий русский мужик* – его ломают, а он не гнется, стоит». (Новое дело - НН, 7.09.02); или «Он же *нормальный русский мужик*. Есть в нем что-то от Стеньки Разина и от русских купцов...» (Нижегородский вариант № 34, 14.09.02).

Слово «мужчина» используется в предвыборных материалах значительно реже – как правило, если этого требует чисто семантическая целесообразность парного употребления лексем «женщина» – «мужчина» и неуместность оппозиции «женщина» – «мужик». Заслуживает внимания дискурсивная антонимия антропонимов «мужчина» и «мужик», где только второй компонент имеет безусловно положительный смысл, а слово «мужчина» может приобретать негативные (пренебрежительные) коннотации, ср: «Дзержинск – город химиков и пуганых мужчин» (Информационные материалы А. Климентьева, Вып. № 5, 15.06.2002); *роковой мужчина Глазьев* (Комсомольская правда 23.01.2004) и т.п. Думается, есть основания говорить о формировании в российском менталитете этнически специфичного концепта мужественности, который на лексическом уровне актуализируется лексемой «мужик», а не «мужчина».

Одной из наиболее эффективных тактик дискредитации кандидата-мужчины является демаскулинизация. Об использовании женских черт для негативной характеристики представителей сильного пола («вести себя как баба», «маменькин сынок», «краснеть как девушка») написано много и в зарубежной, и в отечественной лингвистике. Этот прием активно

использовался, например, в рамках нижегородской предвыборной кампании, когда одному из кандидатов методично приписывались женские качества (*благодаря экстравагантной внешности... по причине крайне экзальтированного поведения... жеманство... капризы... как мимоза распушился* и т.п., (Новое Дело 14.09.02), а фотогеничность второго комментировалась с явной иронией: *«...начав предвыборную кампанию раньше всех ... уже завалил почтовые ящики газетами с программой и собственными фотографиями»* (Нижегородский вариант 12.06.2002). Имплицируемый здесь смысл базируется на гендерном стереотипе: повышенное внимание к своей внешности присуще женщинам и не пристало мужчине.

Анализ предвыборного дискурса выявил многочисленные случаи использования приемов языковой демагогии, основанных на принципе ложной пресуппозиции (Булыгина 1997: 461-477). Так, самодельные листовки типа «*Дикин натурал. Голосуй за Дикина!*» содержат пресуппозицию, что традиционная сексуальная ориентация – определяющий фактор на выборах мэра. Не менее ярким примером являются публикуемые в предвыборных агитационных материалах гороскопы, адресованные избирателям-женщинам, где под видом астрологического прогноза кандидатам в мэры приписываются определенные личностные качества, с акцентом на поведении в семье, отношениях с друзьями и т.д. Подобного рода тексты содержат ложную пресуппозицию «хороший муж – хороший мэр» и что выбирать мэра следует так же, как выбираешь мужа или друга.

В американских предвыборных практиках учет гендерного фактора в предвыборной борьбе имеет более долгую историю. Еще Эндрю Джексон⁴⁹ использовал в качестве аргумента на выборах феминизированность своего противника [Kimmel 1996], а президентскую кампанию 2004г. политические аналитики назвали «соревнованием в мачизме». Показателен в этой связи

⁴⁹ Седьмой президент США (1829-37)

фрагмент из статьи «Охотник, мечтатель, реалист» (The Washington Post 6.06.2004), в которой подчеркивается соответствие кандидата традиционному идеалу мужественности (перевод мой. – Е.Г.)⁵⁰:

«Джон Керри любит мясо голубей. Более того, он на них охотится. Из-за высоких стеблей на кукурузном поле следит за тем, как они стремительно взлетают и стреляет. "Их надо почистить. Дать повисеть. Нужно три или четыре птицы, чтобы хватило на ужин,"- говорит сенатор от штата Массачусетс. "Их можно поджарить и съесть на пикнике холодными. Я люблю голубей." ... Голуби, перепела, утки, олени. Керри описывал, как их нужно выслеживать и потрошить, во время позднего обеда после долгого дня предвыборных встреч и выступлений в штате Айова <...>. "Надо достать сердце, – рассказывал он за столом, – отделить внутренности и вырезать мясо...". Возможно, эти рассказы портят аппетит, но зато помогают в политике. После 11 сентября, как считают некоторые демократы, им не попасть в Белый Дом, если они будут ворковать как голуби. Для охотника на голубей это не проблема. Керри 59 лет, и он – единственный ветеран войны на предвыборном поле. Его рост 6 футов 4 дюйма. Он ездит на Харли, играет в хоккей на льду, катается на сноуборде, занимается виндсерфингом, кайтсерфингом, и у него густые, агрессивные волосы, которые он расчесывает гребнем с металлическими зубцами." Это наш лозунг – усмеяется его помощник Джим Морган. – Джон Керри не неженка. Ему не нужен консультант подсказывать, как нужно одеться, чтобы выглядеть настоящим мужчиной⁵¹. Он сам настоящий мужчина"».

Конструирование мужественности в американских предвыборных практиках использует комплекс разнообразных механизмов, исчерпывающее описание которых в рамках данного раздела не представляется возможным. К числу наиболее заметных следует отнести идентифицирующие и оценочные номинации (в том числе политические ярлыки), ключевые эпитеты, маскулинную символику предикатов, гендерно значимые аллюзии и антитезы.

Биография Дж. Керри на предвыборном сайте в Интернете озаглавлена «A lifetime of service and strength» («Жизнь служения и силы»). Основной

⁵⁰ *John Kerry eats dove. Even better, he shoots them. From behind the stalks of a Southern cornfield, he'll watch them flutter and dart, and fire."You clean them. Let them hang. It takes three or four birds to have a meal," said the Massachusetts senator. "You might eat it at a picnic, cold roasted. I love dove."Dove, quail, duck, deer. Kerry described how to hunt and gut them, talking as he sliced through a steak at midnight after campaigning all day in Iowa for the Democratic presidential nomination. Carve out the heart, he said over dinner, pull out the entrails and cut up the meat. Bad table manners, perhaps, or good politics. After Sept. 11, 2001, some Democrats argue, they can't take the White House if they sound like doves. That is not a problem for the dove hunter. Kerry, 59, is the only combat veteran in the field. He stands 6-foot-4. He rides a Harley, plays ice hockey, snowboards, windsurfs, kitesurfs, and has such thick, aggressive hair he uses a brush with metal teeth. "That's our slogan," quipped his ad man, Jim Margolis. "John Kerry: He's no weenie." "He doesn't need a consultant to tell him how to dress like an alpha male," said his friend Ivan Schlager. "He is a damn alpha male."*

⁵¹ Намек на часто публикуемые в прессе фото Дж. Буша-младшего в форме военного летчика.

акцент имиджевой стратегии сделан на военное прошлое кандидата (ветеран вьетнамской войны, награжденный Серебряной звездой и тремя пурпурными сердцами за боевые ранения). Релевантен с точки зрения конструирования гендера выбор наименований лица в предвыборной апологетике (лексические средства имидж-проектирования): «боец» (*fighter*), «орденоносец» (*decorated Vietnam war veteran*), «ветеран флота» (*navy veteran*), «герой войны» (*war hero*), «командир боевого катера» (*swift-boat commander*), военное прозвище «Быстрый стрелок» (*Live Shot*) и т.п. Эти и аналогичные номинации систематически используются в заголовках “*Kerry Seems a Happy Warrior*” («Керри выглядит счастливым воином») и в текстах публикаций в поддержку кандидата.

Смысловая амплификация достигается за счет активного, порой навязчивого использования в предвыборной апологетике идиом военно-героического дискурса. Например, свою речь на июльском съезде демократов в Бостоне, официально провозгласившим его кандидатом в президенты, Керри начал словами *I am John Kerry, and I am reporting for duty* («Я, Джон Керри, для выполнения задания прибыл») и многократно повторил свой предвыборный лозунг «Помощь идет» (*Help is on the way*). Почти все выступления в поддержку Керри также содержат «военную» идиоматику: «всегда будет первым на линии огня» (*will always be the first on the line of fire*); «защищал с оружием в руках» (*defended out freedom at the barrel of the gun*); «рисковал жизнью ради страны» (*Earned his medals ... by putting his life on the line for his country*).

Хотя военная идиоматика в большей мере присуща риторике Керри и его сторонников, она активно используется и Бушем в конструировании образа защитника нации, ср.: «Я убежден, что священный долг Президента защищать американский народ. Если Америка проявит слабость или

нерешительность, мир начнет скатываться к трагедии. Пока я на боевом дежурстве этого не случится»⁵².

Ключевым эпитетом, определяющим смысловую доминанту имиджа Дж. Керри на выборах, является слово «*сильный*» (*strong*), которое в различных вариациях повторялось в его предвыборной речи в Бостоне 17 раз, характеризуя общую политическую позицию, ценности, планы по руководству страной и т.п.

Главную смысловую нагрузку в конструировании маскулинности Дж. Буша несут эпитеты «*просто*» и «*прямо*» (*simple and direct*), противопоставляющие его манеру высказываться и действовать осторожной и взвешенной манере Керри, которую нелояльные журналисты саркастически называли «*да-нет-может-быть*», ср: *Президент Буш идет на переизбрание с несколькими простыми темами: что, когда он был президентом, он затравил террористов, изгнал Талибан из Афганистана, свалил Саддама Хусейна и возглавил экономику, которая после трех трудных лет подает сигналы выздоровления* (The New York Times 31.07.2004)⁵³

В данном фрагменте релевантна маскулинная символика предикатов – «*затравил*», «*изгнал*», «*свалил*». Аналогичная языковая «игра мускулами» характерна и для публичных выступлений Керри: *we will go after terrorists... I will hunt them down, and we'll kill them, we'll capture them* («погнать террористов», «затравить», «убить», «захватить»).

К числу гендерно релевантных стилистических особенностей предвыборных выступлений Дж. Керри можно отнести лексическую акцентуацию сильной позиции путем реитерации однокоренных слов *strong, strength, strongly* и т.п.; осторожность политических оценок и сослагательную модальность, создающую эффект уклончивости (*Kerry the Straddler*).

⁵² *I believe the most solemn duty of the American president is to protect the American people. If America shows uncertainty and weakness in this decade, the world will drift toward tragedy. This will not happen on my watch.* (Речь на сентябрьском съезде республиканцев в Нью Йорке).

⁵³ *President Bush enters his re-election with a few simple themes: That under his leadership he has hunted down terrorists, routed the Taliban from Afghanistan, toppled Saddam Hussein and presided over economy that after a rocky three year, shows signs of recovery*

Последняя черта активно использовалась критиками Керри с целью демаскулинизации.

В предвыборной риторике Буша стилистически специфична эмфатизация агентивности в самоподаче, индикаторами которой являются высокая частотность *I* («я») в роли субъекта и псевдо-инклюзивное *we* («мы»), которое фактически означает говорящего: «*In Saddam Hussein, we saw a threat*»; «*We have led <...> and America and the world are safer*». Еще одной гендерно значимой особенностью вербального стиля Дж. Буша является утвердительно-императивная модальность предикатов и практически полное отсутствие сослагательного наклонения, что создает желаемый имиджевый эффект «просто и прямо».

Релевантны с точки зрения конструирования гендера исторические аллюзии-ярлыки, основанные на формальном совпадении инициалов кандидатов и американских президентов прошлых лет, чьи имена стали символами силы, политической воли и мужества:

- «JFK» (Джон Фицджеральд Кеннеди – Джон Форбс Керри). Оба – командиры боевого катера; и тот, и другой спасли жизнь члена своего экипажа (Кеннеди во время Второй мировой, а Керри – вьетнамской войн); у обоих - богатые очаровательные жены.
- George W (George Washington – George W. Bush). Содержательно данная аллюзия подчеркивает параллелизм исторических ролей: Джорж Вашингтон был главнокомандующим Континентальной армией во время Американской революции, Дж. Буш младший – возглавил войну с терроризмом после 11 сентября 2001 г.

В предвыборном дискурсе широко используется и тактика аллюзивной гендерной амелиорации. Например, благожелательная пресса называла Джона Эдвардса (партнера Керри) «*Билл Клинтон с характером*» (*Bill Clinton with character*), имея в виду, что ему присущи «плюсы» Клинтона (человечность), а также твердость (физическая и политическая), которой последнему не хватало.

Гендерные смыслы, как правило, имплицитуются: например, прозвище *Mr. Ketchup* («мистер Кетчуп») – это обратная антономазия, метонимически имплицитующая финансовую зависимость Дж. Керри от жены, наследницы пищевой империи «Хайнц»; политический ярлык «*Эдвардс Эстроген*» (*Edwards, the Estrogen man*) подчеркивает, что кандидат нравится женщинам и умеет привлечь их на свою сторону.

Гендерным «фоном» предвыборной является была антитеза *Alpha male* («настоящий мужчина») – *Alpha Weenie* («женоподобный мужчина, неженка»), активно эксплуатируемая как сторонниками как Керри, так и Буша, ср: «*В отличие от некоторых мужчин, которым нужны учителя-женщины, чтобы показать, как должен вести себя настоящий мужчина*⁵⁴, Буш – сам настоящий мужчина. Он, как в старые времена, берет на себя ответственность за свою семью. Когда он стал Президентом, его семьей стала вся Америка. Когда террористы нанесли нам страшный удар, в его готовности, не боясь критики, сделать то, что, как он чувствовал, следовало сделать, проявился неистовый маскулинный инстинкт защищать тех, кто ему дорог» (<http://www.american-partisan.com/cols/2003/razzano/qtr3/0725.htm>)⁵⁵.

В рамках антитезы «мужественность – немужественность» противопоставляются личные качества кандидатов и особенности их поведения (в том числе речевого): *Commander-in-Chief* (настоящий главнокомандующий, о Керри) – *Smirker-in-Chief* (главноухмыляющийся, о Буше), *War Hero Kerry and Sissy George Bush* (Герой Керри и маменькин сынок Буш (намек на уклонение Буша от военной службы)); *a thoughtful politician – the great straddler* (позитивная и негативная оценка речевой манеры Керри: рассудительный политик - не говорящий ни «да», ни «нет»); *a war-time president – a president almost assassinated by a pretzel* (намек на несоответствие

⁵⁴ Намек на уклончивый вербальный стиль Керри и прямую, резкую речевую манеру его супруги.

⁵⁵ *Unlike some men, who need female coaches to teach them how to act as an “alpha male”, Bush is an “alpha male”. In antiquated alpha male fashion he assumes responsibility for his family. Upon becoming president, the whole America became his family. When terrorists dealt us such a horrendous blow, his willingness to fly in the face of criticism and do what he felt he must stemmed from a fierce, masculine instinct to protect and defend those he holds dear”.*

Буша своей роли: *«президент страны, находящейся в состоянии войны - президент, едва не погибший от руки бублика»⁵⁶*) и т.п.

Противопоставление мужественности/немужественности с опорой на гендерный стереотип «женщины говорят, мужчины делают» используется в выступлении одного из сторонников Буша на нью-йоркском съезде республиканцев, ср: *«Он не умеет гладко говорить, но умеет метко стрелять, а там, откуда я родом, дела значат намного больше, чем слова»⁵⁷* (<http://www.newsday.com/news/politics/rnc/nyc-zellspeech,0,2788444.story?coll=ny-nationalnews-headlines>).

Важная роль в конструирования маскулинности принадлежит метафоре войны, которая в американском политическом дискурсе имеет особый статус – так со времен Дж. Кеннеди и Л. Джонсона называли все решительные действия по искоренению проблем, встающих перед страной: война бедности, война наркотикам, война террору и т.п.

Метафорическая модель войны в американском предвыборном дискурсе характеризуется большим сигнификативным и денотативным разнообразием. Под денотативным и сигнификативным разнообразием метафорической модели понимаются наборы сущностей области цели и области источника метафоры, эксплицируемых, соответственно, прямым и переносным наименованиями [Баранов 2004: 34]), ср: *выборы – битва; кандидат – боец/солдат/командир/защитник; политическая критика – атака; идти на уступки – сдаваться; обоснованная критика – честный выстрел; бесполезные действия – выстрел в воздух; предвыборные технологии – арсенал с оружием; привлечение сторонников – мобилизация войск; последствия неудач - раны, рубцы; соперник – враг; внутренняя политика – фронт; участвовать в движении за гражданские права – быть на марше; руководить страной – нести боевое дежурство* и т.п.

⁵⁶ Имеется в виду попавший на страницы прессы инцидент, когда президент подавился сухим крендельком с солью и к нему пришлось вызывать врача.

⁵⁷ *He is not a slick talker but he is a straight shooter, and where I come from deeds mean a lot more than words.*

В статье «Метафоры и война» Дж. Лакофф подчеркивает роль метафорического и метонимического мышления в риторике военного конфликта в Персидском заливе (1991), где одним из наиболее влиятельных тропов является метонимическая концептуализация государства как человека, в рамках которой США и Ирак последовательно встраиваются в сценарий, названный Дж. Лакоффом «Сказкой о справедливой войне» [Lakoff 1992: 466]. Данный сценарий активно эксплуатировался в конструировании имиджа Дж. Буша младшего на выборах 2004 г., поэтому имеет смысл остановиться на нем подробнее:

Состав исполнителей: Негодяй, жертва и герой. Жертва и герой могут быть одним человеком. Сценарий: Негодяй совершает преступление против невинной жертвы <...> Преступление совершено в результате дисбаланса сил, что создает нравственный дисбаланс. Герой либо собирает помощь, либо решает действовать сам. Герой идет на жертвы, преодолевает трудности, обычно совершая тяжелый переход – за океан – на территорию предателя. Негодяй порочен по определению, он просто чудовище, поэтому никакие переговоры с ним невозможны. У героя нет другого выбора, как вступить с ним в войну. Герой побеждает негодяя и спасает жертву. Справедливость восстановлена. Победа одержана. Герой, который всегда действует благородно, доказывает свою мужественность и стяжает славу. Жертвы были не напрасны. Герою воздают хвалы за мужество, он получает благодарности жертвы и общества.

Сценарий Лакоффа удивительно точен. В иракской войне (как варианте «Сказки о справедливой войне») Садам Хусейн (но не иракское государство) – это негодяй, а Президент Дж. Буш Младший – герой, освободивший иракский народ от тирании и защитивший Америку от террористической угрозы. В этой связи очевиден подтекст лестных для Буша аллюзий с президентами-предшественниками, «спасшими» Америку в других великих войнах, озвученный на сентябрьском съезде республиканцев в Нью-Йорке его супругой: «Ни один американский президент никогда не хочет войны. Авраам

Линкольн не хотел войны, но он знал, что это нужно для объединения страны. Франклин Рузвельт не хотел вступать в войну – но он знал, что это нужно для победы над тиранией. И мой муж не хотел начинать войну, но он знал, что от этого зависят свобода и безопасность Америки и всего мира»⁵⁸.

Метафорическая модель «выборы – война» создает гендерно маркированные субъектные позиции «солдат», «главнокомандующий», «боец», «защитник» и т.п. Другой неперенный аспект конструирования мужественности в американских предвыборных практиках (лишь спорадически артикулируемый в российском электоральном дискурсе) задается субъектными позициями «отец», «муж», «сын», сигнализирующими, как правило, приверженность кандидата традиционным семейным ценностям. Например, на съезде республиканцев в Нью-Йорке, где Дж. Буша провозгласили официальным кандидатом на выборах, к его достоинствам относили не только решительность в борьбе с терроризмом, но и «уважение, которое он оказывает первой леди» а также «любовь к родителям и дочерям» (Christian Science Monitor, 2.09.2004).

Выступления кандидатов на партийных съездах при получении официального мандата предусматривают слова благодарности членам семьи и становятся своего рода площадкой для выражения гендерной идеологии. Значимым здесь является не только выбор лексики, но и грамматика. Например, андроцентризм Буша и эгалитарную позицию Керри акцентирует феномен агентивности: в высказывании Буша субъектом действия является он сам, а в выступлении Керри агентивны обе позиции (его и супруги), ср:

Буш (речь 2000г.): Не важно, что еще я сделаю в жизни, но попросив Лору выйти за меня замуж, я сделал правильный шаг⁵⁹.

Буш (речь 2004г.): Я рад, что иду по жизни вместе с Лорой Буш. Американцы смогли оценить в ней и великодушие и доброту, которую я впервые увидел 26 лет назад, и мы любим нашу первую леди⁶⁰.

⁵⁸ «No American President ever wants to go to war. Abraham Lincoln did not want to go to war, but he knew saving the union required it. Franklin Roosevelt did not want to go to war – but he knew defeating tyranny demanded it. And my husband did not want to go to war, but he knew the safety and security of America and the world depended on it.

⁵⁹ No matter what else I do in life, asking Laura to marry me was the best decision I ever made.

Керри (2004г.): *Что я могу сказать о Терезе? Она – самый сильный моральный компас, который я когда-либо знал. Она проста, заботлива, смела, мудра и находчива. Она говорит что думает и говорит правду, и за это я люблю ее тоже*⁶¹.

Отметим, что эгалитарная гендерная идеология сочетается в выступлении Керри с вполне традиционной репрезентацией семейных ролей, когда он говорит о своих родителях: мать – *поздно ложилась, помогала делать уроки, сидела у постели, когда я болел, отвечала на вопросы ребенка;* отец – *делал то, что мальчишка никогда не забудет, подарил мне первую модель самолета, бейсбольную перчатку и первый велосипед* и т.д. Здесь, очевидно, имеет место феномен, отмеченный С. Эггинс и Р. Идемой (см. гл. 2) когда несмотря на видимые дискурсивные сигналы эгалитарной гендерной позиции, речь идет лишь о трансформации жестких патриархатных стереотипов в пределах установленных границ.

Портрет кандидата, как мужа и отца дополняют рассказы членов семьи, добавляющие к имиджу мужественности параметр мягкости, человечности (например, дочь Керри, Алессандра рассказала на съезде в Бостоне о том, как когда-то отец спас ее любимого хомячка, выпавшего из лодки в воду прямо в клетке). При этом дискурсивная диверсификация маскулинности происходит в пределах базового героико-патриотического сценарного фрейма: *«Для каждой девочки ее отец герой – некоторым потребовалось время, чтобы признать, что мой отец действительно им является. Когда он любит вас так, как любит меня и мою сестру, как он любил сражавшихся рядом товарищей, нет ничего, чем он не мог бы пожертвовать»*⁶². Такое позиционирование актуализирует фоновые метафорические модели «государство – семья», «отец

⁶⁰ *I am grateful to share my walk in life with Laura Bush. Americans have come to see the goodness and kindness and strength I first saw 26 years ago, and we love our First Lady.*

⁶¹ *And what can I say about Teresa? She is the strongest moral compass of anyone I know. She is down to earth, nurturing, courageous, wise and smart. She speaks her mind, and she speaks the truth, and I love her for that, too.*

⁶² *To every little girl her father is a hero – it's taken some getting used to, that my father actually is one. And let me tell you this: When he loves you as he loves me and my sister, as he loves the men who fought beside him, there is no sacrifice too great.*

семейства – отец нации», буквализованные выше в статье сторонницы Дж. Буша (см. с. 306).

Сопоставление американских и российских дискурсивных практик позволяет говорить об общности приемов языкового конструирования мужественности: гендерные аллюзии и антитезы; идентифицирующие оценочные номинации и политические ярлыки, актуализирующие традиционные стереотипы мужественности; гендерная символика ролей, качеств и действий; демаскулинизация как способ дискредитации и т.п. Этнически специфичным является содержательное наполнение данных приемов, отражающее особенности культуры и истории каждой страны.

Можно сказать, что в целом в американском предвыборном дискурсе феномен мужественности как фактор имиджевой стратегии более эксплицирован, о чем, в частности, свидетельствует высокая частотность употребления слов *masculine*, *masculinity*, *male* в предвыборных текстах разных регистров.

5.6. Женщины и женственность в предвыборном дискурсе

В данном разделе исследуются лингвистические закономерности, связанные с конструированием женственности в предвыборных дискурсивных практиках. Анализируются гендерно значимые аспекты самопозиционирования, прагматика языковых маркеров женственности в дискурсивной апологетике и критике, а также вербальные способы конструирования рекурсивных⁶³ гендерных различий (т.е. различных типов женственности). Последний аспект рассматривается на материале президентской кампании в США, где жены кандидатов официально принимают участие в предвыборной агитации: выступают перед избирателями, становятся объектом одобрения и/или критики и т.д. В этом смысле можно говорить о том, что американцы выбирают не только президента, но и первую леди, что дает дополнительный материал для решения поставленных в работе задач.

⁶³ О рекурсивности в гендерной категоризации см. [Gall 1995].

5.6.1. Языковые формы позиционирования, направленные на сбалансированность гендерной и политической ролей

Поясняя суть современного понимания гендера, П. Еккерт С. МакКоннелл-Джине, говорят о переходе от концептуализации гендера «как категории» (т.е. существительного) к концептуализации его «как глагола» [Eckert, McConnell-Ginet 1992(б)]. Такой подход примечателен тем, что иллюстрирует роль языковых форм в концептуализации сложных абстрактных феноменов, к каковым относится гендер. Здесь важен учет типологической специфики английского языка, благодаря аналитическому характеру которого слова легко переходят из одной части речи в другую, так что существительное *gender* без труда трансформируется в глагол *to gender* со значением «создавать гендерные различия» (конструировать гендер). Речь идет об отказе от методологии, когда использование языковых форм напрямую соотносится с характеристиками говорящего (возраст, класс, пол) и переходе к пониманию гендера как процесса, в котором язык используется индивидом для «предъявления» себя (или другого) как представителя той или иной гендерной группы.

Вопрос о конструировании имиджа женщины-кандидата на выборах затрагивался в разделе 5.2., где речь шла о дискурсивных стратегиях самоорепрезентации британского премьер-министра М. Тэтчер [Fairclough 1989]. Подчеркивалось, в частности, что Тэтчер целенаправленно работала над просодикой речи. Высокий тон и широкий диапазон голоса считаются типичными признаками эмоционального женского языка, и, как показали исследования немецких ученых (Х. Коттхофф), многие женщины, занимающие руководящие посты, стремятся к более низкому тону и ровной шкале.

О важности голосовых параметров для женщины-политика упоминает в автобиографической книге «Девичья фамилия» И. Хакамада: *«Меня, например, не устраивают мои голосовые возможности. Если бы от нас это зависело, я выбрала бы себе другой тембр - пониже, поглубже»* (<http://www.hakamada.ru/Me/1244>).

Таким образом, высота тона голоса, несмотря на присутствие биокомпонента, может рассматриваться как культурный параметр конструирования гендера. Очевидно, правомерно говорить об универсальности высоты и диапазона как просодических индикаторов гендера (во всяком случае для европейских культур), хотя нельзя не учитывать и кросс-культурные аспекты восприятия. Например, М. Тэлбот, указывает, что датчанам, для которых характерна более ровная «узкая» шкала, речь британских мужчин кажется феминизированной, а англичанам речь датчан – монотонной [Talbot, 1996].

Остановимся подробнее на специфике «встраивания» женщины кандидата в «мужскую» позицию сильного лидера и тех языковых средствах, которые для этого используются. Анализ показывает, что такое позиционирование может осуществляться как эксплицитно, так и имплицитно. В первом случае речь идет о солидаризации с сильной позицией путем использования слов «мужчины», «мужской», «мужество» и т.п.:

- И. Хакамада: *«Я сама создаю этот образ — жесткий, резкий, с сильным волевым характером. Женщина, играющая на мужском поле и по правилам, принятым среди мужчин»* (из книги «Девичья фамилия»).
- *«Бойцовский характер Ирина Хакамада закалила, делая карьеру на мужском поле. Умеет не только держать удар, но и дать сдачу»* («К Барьеру», НТВ, 16.12. 2003).
- Э. Памфилова (кандидат на президентских выборах 2000г.): *«Я отлично понимала, что выиграть невозможно. Но очень важен был сам процесс участия. Когда многие мужики-политики ломались в той жесткой борьбе, мне хотелось показать, что не надо идти на поводу общественного мнения и бояться видимости поражения»* (Биржа, 7.07.2003).

Имплицитное «встраивание» чаще всего осуществляется (1) за счет ассоциативной семантики лексических единиц, диссонирующих с традиционными представлениями о женственности («Матвиенко – невероятно

способный, жесткий руководитель»; см. также пример выше – «*образ – жесткий, резкий, с сильным волевым характером*»), и (2) путем (само)позиционирования женщины-кандидата в рамках фоновой метафоры войны/дуэли/вооруженного противостояния: «*Я бросаю вызов лично Путину*» (Совершенно секретно, 3.03.2004).

Вместе с тем, исследователи неоднократно подчеркивали, что, уверенность, напористость и требовательность женщины («мужской» стиль общения) могут восприниматься как агрессивность и отсутствие женственности⁶⁴ [Лакофф 1975; 1990: 207; Fairclough 1989]. В этой связи показателен анализ предвыборных теледебатов на губернаторских выборах в Аризоне, где женщина-кандидат, будучи не новичком в партии, говорила и вела себя так, как это принято на политических дебатах, но, поскольку в обществе такая коммуникативная манера ассоциируется с мужской, была воспринята крайне негативно [Edelsky, Adams 1990].

С аналогичной дилеммой сталкивается любая женщина-политик, которой необходимо, с одной стороны, соответствовать представлениям о сильном лидере (быть «по-мужски» уверенной и твердой), а с другой, – избежать упреков в неженственности. Используя методологию Н. Фэрклоу [Fairclough 1989], рассмотрим стилистические маркеры смягчения и солидарности в выступлении И. Хакамады на встрече с доверенными лицами в Москве (<http://www.hakamada.ru/Statement/2004/NewsItem.2004.03.07.5545>) :

“До окончания выборов осталась неделя, и я хотела бы поблагодарить всех, кто сообщал свои предложения для моей программы по телефону: 8-800-2004-777. Вы можете продолжать на него звонить, и сообщать свои предложения еще в течение месяца, чтобы мы окончательно смогли понять, что вы хотите, чтобы услышала власть. Самая главная наша претензия на сегодняшний день – бюрократия. Суть моего предложения: во-первых, бюрократию надо сокращать, во-вторых, платить ей такую зарплату, чтобы быть честным чиновником стало выгодно. Вторая проблема – это нехватка рабочих мест. На мой взгляд, реально сделать так, чтобы рабочих мест хватило всем. Третья проблема – это, конечно, социальная сфера. Наш работодатель – государство – все-таки не думает о том, как работают врачи, преподаватели, военные, какую получают они зарплату. В конечном счете, понятно, что денег, если сократить бюрократию, хватит вполне, чтобы зарплата была у бюджетников достойной. Еще одна проблема – армия. Родители звонят, просят поднять вопрос о "дедовщине", все матери и отцы боятся, что их детей отправят

⁶⁴ Норман Фэрклоу характеризует эту ситуацию как «double bind, heads I win, tails you loose situation» [Fairclough 1989: 182].

в Чечню. Поэтому выход сегодня – контрактная профессиональная армия, сокращение призыва до полугода, тогда мы избавимся от "дедовщины". У нас есть военные организации, есть милиционеры, есть солдаты, есть офицеры, есть ГАИ, есть работники спецслужб, но, по-моему, одни нищенствуют, другие занимаются совсем не тем. Верхушка абсолютно коррумпирована. Поэтому военную организацию надо сокращать, а профессионалам платить достойную зарплату, чтобы они занимались своим делом, а не занимались политикой. Молодежь, поддерживая сегодняшнюю власть не понимает, что закончив университет или не получив доступа к образованию, они скорее оказываются брошенными в наркотики и маргинальность, чем в нормальные рабочие места, чтобы делать свою карьеру. Суть моей программы, то, о чем меня просят люди, - поставить во главу угла не власть, а человека со всеми его заботами и проблемами", - заявила Ирина Хакамада (материалы с сайта И. Хакамады).

Очевидно, что по каждому из подчеркнутых элементов текста у говорящей был выбор в пользу более категоричной, утвердительно-императивной модальности: *хочу* (в тексте - *хотела бы*), *продолжайте* (в тексте *можете продолжать*), *что должна услышать власть* (в тексте *чтобы услышала власть*), *реально сделать так* (в тексте – *на мой взгляд, реально сделать так*), *они должны заниматься своим делом* (в тексте – *чтобы они занимались своим делом*) и т.д. Эффект смягчения достигается не только выбором соответствующих форм наклонения, модальных глаголов и вводных элементов (*на мой взгляд, по-моему*), но и использованием частиц, без которых оценки были бы более резкими: *Наш работодатель не думает о том, как работают врачи, преподаватели, военные* (в тексте *все-таки не думает*); ... *они* [молодежь. – Е.Г.] *оказываются брошенными в наркотики и маргинальность* (в тексте *оказываются скорее брошенными*). Повторяющийся причинно-следственный союз *поэтому* подчеркивает, что необходимость предлагаемых мер обусловлена объективным состоянием дел, а не авторитарным мнением говорящего (я так считаю). В последнем предложении прием уточнения («семантический ход», по ван Дейку), подчеркивает, что в своей программе кандидат не просто излагает собственные взгляды, но выражает точку зрения избирателей (*то, о чем меня просят люди*). Представляется, что предпочтение менее категоричной формы вызвано стремлением сбалансировать «мужскую» роль политического лидера с конвенциями женской гендерной роли.

Анализ показывает, что акцентуация силы/мужества и женственности могут идти параллельно: «Один знакомый журналист так меня и прозвал “бронетранспортер и незабудка одновременно”» (интервью с Э. Памфиловой, «Биржа» 7.07.2003). Кроме того, самопозиционирование женщины-политика может быть направлено на нивелирование гендерного параметра (*undoing gender*) и акцентуацию профессиональной составляющей политического имиджа. Такая тактика обычно имеет место в ответах вопросы, «навязывающие» женщине-политику гендерную роль. В примере ниже метагендерное позиционирование подчеркивается лексемами «стратег», «человек», «личность»:

«- Элла Александровна, как вы считаете, в чем бы для нашей страны состояла разница между президентом-мужчиной и президентом-женщиной?
- На мой взгляд, никакой разницы. Это не зависит от пола. Самое главное качество политика – он должен быть современным, работающим на опережение стратегом, человеком высокого духа. Зрелой души и физически крепким» (Биржа, 7.07.2003).

Процесс «навязывания гендера» иллюстрируют вопросы типа «Как ваша семья относится к долгому отсутствию матери, жены?», «Не устали ли вы от этой нервозности?» и пр. Данный феномен в гендерной лингвистике обозначают формулой «*when gender is done for you*». В предвыборном дискурсе он нередко используется с целью дискредитации.

Таким образом, в позиционировании женщины-кандидата на выборах имеет место как акцентуация, так и нивелирование гендерного параметра. Речь может идти, с одной стороны, о (вос)производстве женственности (следовании гендерным нормам), а с другой, – о дистанцировании от нее.

5.6.2. Гендерное измерение релевантности и конструирование контекста интерпретации

Анализ дискурсивных «портретов» женщин-кандидатов показывает, что в фокусе внимания нередко оказываются такие параметры, как внешность, одежда, семейный статус, а также детали личной жизни и эмоциональная

сфера. В этой связи интересно сопоставить опубликованные в газете «Версия» материалы о кандидатах в президенты С. Глазьеве, О. Малышкине, Н. Харитонове, С. Миронове и И. Хакамаде, которым были заданы одинаковые вопросы, в частности, об их детстве/юности и пути в политику. С точки зрения поставленных в работе задач, представляется важным, что предпочли рассказать о себе кандидаты (и члены их семей), и как сочли целесообразным представить их журналисты. И в том, и в другом случае речь идет о гендерном измерении релевантности информации в процессах конструирования гендера:

(1) Глазьев: *Юного Серёжу привлекали занятия наукой. «Версии» он рассказал, что после окончания школы поступил на химический факультет МГУ. К началу второго курса вместе с несколькими товарищами перевёлся на экономический факультет, став в конце концов одним из лучших экономистов страны.*

(2) Малышкин: *Будущий охранник Жириновского в детстве мечтал стать моряком. Его мама Валентина Малышкина рассказала «Версии»: «Олег, как наступала весна, мастерил из бумаги кораблики, приделывал им деревянные мачты и пускал вместе с ребятами в ручьях и лужах. Но в мореходное училище он поступать не пытался. Слишком много воды утекло к тому времени, хотя я уверена, что курсантская форма ему бы подошла. Ведь Олег очень спортивен, имеет звание мастера спорта по футболу и боксу и в этом плане может дать фору действующему президенту.*

(3) Миронов: *Будущий председатель верхней палаты российского парламента с детства обожал коллекционировать камни. Из окон его родного дома в Пушкино, пригороде Петербурга, была видна река Поповка. В её сланцевых обрывах можно было найти окаменелости разнообразных древних ракушек и рыб. Становиться политиком Миронов тогда не собирался.*

(4) Харитонов: *«В раннем детстве Коля хотел быть военным лётчиком», — рассказала «Версии» жена Николая Михайловича Нина Харитонова. Сам кандидат подтвердил, что мечтал о военной карьере. После*

окончания школы Николай пытался поступить в медицинский институт, но с треском провалился и пошёл учиться на агронома. Кстати, детская мечта всё-таки исполнилась. Уже будучи лидером депутатской группы, Харитонов получил звание полковника ФСБ.

(5) Хакамада: «О своём детстве я вспоминаю без радости, — говорит Ирина Муцуовна, — мама работала учительницей, брала на себя непосильные нагрузки, только чтобы заработать денег. Из детства запомнились депрессии, стихи, многочисленные дневники, а кем хотела стать, не помню. Я всегда мечтала слиться с толпой, чтобы меня никто не замечал, потому что была очень робким ребёнком, замученным школой и пионерскими лагерями. В детстве и не мечтала стать политиком, начала заниматься этим делом в зрелом возрасте».

Как видим, фрагменты, посвященные кандидатам-мужчинам, содержат информацию о том, что они делали и/или чего достигли, тогда как рассказ женщины-кандидата акцентирует эмоции (депрессии, робость, мечты), дневники, межличностные отношения. Такое распределение смысловых акцентов соответствует гендерным ожиданиям и не вызывает ощущения неуместности, которое неизбежно возникло бы в случае артикуляции последней позиции мужчиной.

Еще более яркой иллюстрацией является заметка, опубликованная в период нижегородских выборов в Госдуму, где в центре внимания – личная жизнь женщины-кандидата:

«О ЛИЧНОМ АЛИНЫ РАДЧЕНКО

Говорят, что у Алины Радченко нет своих детей, нет личной жизни. Чужим детям, мол, она помогает: например, устроила так, что сотни беременных женщин Нижнего Новгорода получили бесплатное питание и лекарства, нашла спонсоров и организовала бесплатные путевки в летние лагеря для многих ребятнишек, девочкам в монастырском приюте достала новые кровати – а вот своих детей у нее нет! Даже говорят, что, может быть и хорошо, такой человек больше времени работе отдавать будет.

Хочется сказать: побойтесь бога! Девочка пережила Чернобыль. У нее пятки трескались так, что кровавые следы тянулись по полу... Потом открылись кровотечения. Сидит на уроке – кровь как хлынет на парту. Все это прошло, как только ее увезли из зараженной зоны, сейчас она здорова. Но она ведь не знает, будут у нее дети или нет...

А вот личная жизнь есть. Выстраданная, нелегкая.

Олег, одноклассник. Первая любовь, первый мужчина в ее жизни, он стал ее мужем. Улыбчивый, тихий, домашний. Руки - золото, характер – воск. Художник-дизайнер.

Шли годы. Они не ссорились. Но Олег затосковал – детей-то нет. Алина гордая – расстались. Через некоторое время у него где-то родилась дочь...

Но вскоре Олег появился на ее пороге, моча опустил свою сумку на пол.

Она спросила:

- Зачем ты пришел?

- Все я вернулся навсегда. Я же без тебя не могу...

Наверное, смешно выходить замуж снова за собственного мужа, родного, суженого-ряженого, судьбою назначенного... Так и живут, дружно, чуть-чуть стесняясь своей любви, совсем разные и в то же время одно целое. А алименты он платит <...>» (Нижегородские новости, 21.11.2003)

Приведенные в заметке детали (отсутствие детей, болезнь, развод и воссоединение с мужем и т.д.) не имеют никакого отношения к политической роли, на которую претендует кандидат, и в этом смысле можно говорить об отклонении одного из постулатов эффективной коммуникации - *постулата отношения* или релевантности (по Грайсу). Очевидно, однако, что культурные представления о том, какой должна быть добропорядочная женщина (иметь семью, детей, «выстрадать» личное счастье), а также связанная с этими представлениями оценка женщины в обществе подталкивают к использованию деталей личной жизни как дополнительного средства воздействия на избирателей в предвыборной борьбе. Таким образом, в данном случае точнее, на наш взгляд, говорить не о нарушении постулата отношения, а о том, что релевантность информации приобретает гендерное измерение: то, что считается существенным для кандидата-женщины, может не быть таковым по отношению к кандидату-мужчине, и наоборот.

Представляется, что в рамках сформулированной отечественной школой лингвистической гендерологии двухуровневой концепции антропоориентированного изучения языка, включающей метагендерный и гендерный уровни рассмотрения [Кирилина 2002], обсуждение нарушений постулатов эффективной коммуникации в предвыборном дискурсе следует вести с учетом гендерного фактора. Критерий релевантности при этом определяет гендерная идеология, которая выступает в роли культурного фона и может быть соотнесена с понятием вертикального контекста в филологии как «общекультурной информации, которая объективно, но часто как бы в

скрытом, “свернутом” виде заложена в литературном произведении и восприятие которой не может основываться ни на знании непосредственного лингвистического окружения языковых единиц, ни на контексте ситуации» [Ахманова, Гюббенет 1977].

К параметрам, релевантность которых имеет гендерное измерение, относятся также внешность и одежда. Привлекательность кандидата-женщины неизменно подчеркивается как в саморепрезентации (обычно косвенной), так и в оценке «со стороны»:

- И. Хакамада: *Я вступаю в новый этап своей жизни, ставлю перед собой задачи, о которых прежде не могла бы и помышлять. Справиться с ними я смогу, но только я сама, а вовсе не эта виртуальная Ирина Хакамада, хоть о ней и говорят, что она выглядит очень эффектно, стильно одевается и за словом в карман не лезет (Из книги «Девичья фамилия» <http://www.hakamada.ru/Me/1244>).*
- Виктория Токарева об И. Хакамаде: *Если бы она стала президентом, это была бы, конечно, бомба. Красавица, умница. Модная, стильная, современная и полуяпонка — это, конечно, было бы любо-дорого смотреть. («Версия» № 8, 2004)*
- Нижегородский телеведущий (мужчина) о Хакамаде: *Симпатичная, и вообще уважаю женщин в политике (АИФ-НН № 10, 2004)*

О том, что акцентуация одежды может быть способом гендерного позиционирования, свидетельствует упоминавшийся выше пример И. Гоффмана, когда Р. Никсон на брифинге похвалил костюм старшего обозревателя Х. Томас, позиционировав ее как женщину, а не как профессионала (невозможно представить, чтобы мужчину-журналиста попросили «крутнуться» перед коллегами, чтобы продемонстрировать новый костюм). В российском предвыборном дискурсе описанию одежды уделяется значительно меньше внимания, чем в американском. Кроме того, в российских предвыборных практиках, акцентуация одежды обычно важна не сама по себе, а как средство создания дополнительных смыслов. Так, в «дуэли» И.

Хакамады и Д. Рагозина («К Барьеру» 16.12.2004) фраза последнего о «переодевании в новую кофточку», применительно к выходу Хакамады из «Союза правых сил» и созданию новой партии, создает уничижительные коннотации.

В американском предвыборном дискурсе акцентуация одежды не только создает дополнительные смыслы, значимые в контексте предвыборной борьбы (ср. *dressed in ketchup red*/в платье цвета кетчупа – намек на то, что супруга Дж. Керри владеет кетчуповой империей “Heinz”), но и выполняет собственно дескриптивную функцию, структурируя нормативные ожидания о важности одежды/внешности для женщин, как в нижеследующих примерах из газетных репортажей о выступлениях жен кандидатов на предвыборных встречах и конференциях:

“Mrs. Bush <...>, trim in a top-stitched denim suit and black slingbacks” (The Washington Post, 19.05.2004) («Миссис Буш <...> в элегантном хлопчатобумажном костюме со строчкой и черных босоножках без пятки»);

“Elisabeth Edwards <...> appeared steady and solid in taupe pantsuit and sensible heels (The New York Times 15. 07. 2004) («Элизабет Эдвардс <...> выглядела спокойно и солидно в серо-коричневом брючном костюме и туфлях на невысоком каблуке»).

Уместным аргументом в предвыборной апологетике кандидата-женщины (но не мужчины) является ум, что, очевидно, вытекает из культурного стереотипа об интеллектуальной ущербности женщин. Иллюстрацией может служить ответ А. Бильжо на вопрос, почему он поддерживает И. Хакамаду: «Во-первых, женщина; во-вторых, умная». Замена на «мужчину умного» в данном контексте невозможна, ввиду отсутствия соответствующей пресуппозиции.

Зафиксировано и много других примеров, когда создание контекстуальных импликатур невозможно при метагендерном контексте интерпретации. Так, в публикациях, дискредитирующих И. Хакамаду, подчеркивается, что она «четыре раза была замужем, из них три официально»,

а в качестве одного из возможных спонсоров ее кампании упоминается «последний муж» (Версия № 4, 2004). В данном случае нарушение *постулата количества* («не сообщай больше информации, чем требуется»), имплицитно подразумевает несоответствие идеалу добропорядочной женщины.

Подзаголовок «*Кто прыгнет в объятия Хакамады?*» (Московский комсомолец, 25.02.04) иллюстрирует распространенное в предвыборной критике нарушение *постулата способа* подачи информации, в частности, положения «избегай двусмысленности». Речь идет об обращении И. Хакамады к С. Глазьеву и Н. Харитонову с призывом выйти из предвыборной борьбы. Представление политической инициативы кандидата-женщины в терминах романтических отношений коннотирует негативную оценку.

Гендерно значимый подзаголовок («*Ирина Хакамада прибавила в весе*») предваряет сообщение об опросах общественного мнения, показавших рост популярности Хакамады. Основой «двусмысленности» (иронии) является стереотип об озабоченности женщин сохранением фигуры, боязнь пополнеть.

Оценивая шансы Хакамады на выборах, газета констатирует: «*Популярность президента среди потенциальных избирателей правых выше даже, чем среди поклонников “Единой России”*». Значит единственная задача у Хакамады – *трепать нервы Путину*». На метагендерном уровне рассмотрения здесь актуально нарушение *постулата качества*, заключающегося в том, что для успеха коммуникации необходимо сообщать только истинные сведения (истинность первого вывода представляется сомнительной). На гендерном уровне прагматически значима метафора «трепать нервы», которая актуализирует сценарный фрейм семейной ссоры и коннотирует вздорность, тривиализуя критические выступления женщины-кандидата.

Отклонение *постулата способа* имплицитно подразумевает скептическую оценку предвыборных заявлений И. Хакамады и ее эффективности как политика: «*Хакамада хочет в президенты и, неожиданно прозрев, в порыве принципиальности, разоблачает Кремль, тогда как Чубайс молчит и*

собирает деньги (в прессе появились такие сообщения) для избирательной кампании нещадно избиваемого дамской сумочкой Путина» (Деловой вторник 27.01.04).

Во всех описанных случаях языковые сигналы нарушения постулатов Грайса, создают условия «оптимальной релевантности» (по Шперберу и Уилсон) для выбора адекватного контекста интерпретации. Они активизируют гендерные стереотипы/ассоциации/установки, обеспечивающие «узнавание» коммуникативного намерения отправителя речи.

5.6.3. Импликация оценки путем экспликации пола

Предметом рассмотрения в данном разделе является прагматический аспект использования существительных женского рода в предвыборной критике. Следует подчеркнуть, что речь не идет о номинативных продуктах черного пиара (инвективных ярлыках⁶⁵ типа *Хакая Мада, Валька-Стакан*), а также метафорах и перифразах, имплицитно одобряющих/неодобряющих женщины-кандидата путем референции к возрасту, характеру деятельности, этнической принадлежности, ср.: *бабушка российского комсомола, демократическая леди; россиянка японского происхождения*. Нас в данном случае интересуют контексты, где коннотации пренебрежения создаются акцентуацией пола путем употребления производного существительного женского рода или деривата с женским суффиксом.

Выше уже указывалось на ценностную асимметрию, в рамках которой женщинам в обществе приписывается меньшая ценность, чем мужчинам. Подчеркивалось, в частности, что коннотации тривиализации являются причиной регистрируемого в разных языках (английском, французском, датском, итальянском и др.) нежелания женщин использовать «женские» варианты наименований рода занятий и профессий, особенно в случае престижных профессий (см. гл. 4). Отмечалась также внутриязыковая функционально-стилистическая асимметрия существительных мужского и женского рода в русском языке, где слова типа «врачиха», «генеральша»,

⁶⁵ Рановидность манипулятивной вербальной агрессии в классификации Е.И. Шейгал [Шейгал 2000: 254].

«депутатка» и т.п. имеют разговорную окраску, т.е. являются стилистически сниженными.

В рамках понимания значения как «совокупности устойчивых ассоциаций, связанных с представлением о явлении, которое обозначает слово» [Шмелев 1973: 193 – 194], оценочное использование слов женского рода закономерным образом связано с их «способностью нести модальные сигналы — модусы рациональной или эмоциональной оценки, не выраженные в явной форме, но опознаваемые по тем дополнениям к значению, которое реализуется в высказывании» [Телия 1996: 47]. В терминах интенциональной семантики оценочные коннотации данной группы слов, трактуемые как субъективно ориентированные смыслы, связанные с интенциями отправителя речи и способностью интерпретировать обозначаемое как в тексте, так и в системе, получают статус «импликационала» (т.е. пресуппозиций) и «эмоционала» (т.е. сопутствующих чувств) [Никитин 1983; Шаховский 1987; Телия 1996].

Сетевой дайджест «Ladno.Ru» (11.03.2004) в материале «Обзор российских газет: Парад президентских амбиций» цитирует газету «Московский комсомолец», где саркастически комментируется заявление И. Хакамады по поводу расследования теракта на Дубровке. В данном фрагменте оценочно нейтральное по данным лексикографии (но имеющее долгую традицию иронического употребления существительное «мадам») передает уничижительные коннотации: акцентуация пола нивелирует профессиональную составляющую имиджа женщины-политика и (вос)производит тривиализующие гендерные стереотипы, ср.: *“Московский комсомолец” в этой связи отмечает, что ее заявление удивительно напоминало откровения Бориса Березовского. Тот все грозился открыть правду о взрывах домов в Москве и Волгодонске (ничего внятного, напомним, мы не услышали). Мадам Хакамада продолжает почти в тех же выражениях: когда она наконец станет президентом, из ее уст "граждане России узнают правду о взрывах домов, о трагедии в театральном центре и о*

многих других преступлениях власти". "Помилуйте, - вопрошает газета, - отчего же лишь в пору, когда мадам станет президентом? Отчего не сейчас? И почему мадам так долго молчала о своих подозрениях?" (<http://www.ladno.ru>).

Аналогичный стилистический эффект имеет асимметричная акцентуация пола в случае употребления слова «госпожа» (И. Хакамада) совместно с метагендерными статусными антропонимами, референтами которых являются политики-мужчины — «*спикер* Миронов», «*кандидат* Глазьев» (Коммерсант 15.02.04).

Коннотации пренебрежения создаются и выбором коллоквиального деривата женского рода при потенциально возможной и контекстуально уместной референции с помощью стилистически нейтрального метагендерного существительного. В качестве примера процитируем два фрагмента из публикации о нарушениях, выявленных Центризбиркомом и налоговыми органами в данных о доходах и имуществе нижегородских кандидатов на думских выборах: «У начальницы управления по связям с общественностью *обламинистрации* Гули Ходыревой нашли не заявленную ею квартиру – в Нижегородской области (в придачу к московской и в Нижнем) <...> Бизнесменша и общественная деятельница А.Радченко заявила 441 тыс., хотя для хозяйки нескольких фирм и салона красоты эта сумма бледновата (АИФ-НН № 48 2003).

В этом же ряду стоят примеры типа «реформистка Хакамада» (АИФ-НН, 05.11.2003) и употребление слова *governess* по отношению к женщине, избравшейся на пост губернатора [Christie 2002]. Напомним, что в английском языке этимологически родственные существительные *governor* и *governess* подверглись семантической дивергенции: *governor* («губернатор», «правитель») сохранило исходный смысл, а *governess* («гувернантка») подверглось процессу пейорации. Архаичное значение слова *governess* («правительница») еще фиксируется словарями, однако для бытового сознания

оно не актуально, на чем и был построен каламбур, использованный в предвыборной критике.

Во всех описанных случаях маркированный характер женской формы, выступающей в роли фигуры на фоне потенциально возможной метагендерной референции, делает ее своеобразной «экспрессивной заготовкой» языка (В.Н. Телия), способной путем «встраивания» в структуры знания о мире – прототипы, фреймы (сценарии), являющиеся своего рода концептуальными посредниками между собственно языковым значением и обозначаемой действительностью, — актуализировать гендерные представления и связанные с ними ценностные асимметрии.

Таким образом, грамматическая «видимость» женщин в языке, за которую ратовали представители феминистской лингвистики, отнюдь не является гарантией эгалитарности. Приведенные примеры показывают, что реитерация «женских» аналогов метагендерных антропонимов в негативно коннотированных контекстах воспроизводит стереотип об ущербности женщин, поскольку значение лексических единиц «хранит память о былом употреблении слова» (Д.Н. Шмелев). Не случайно идеи женской неполноценности живут и в русской ментальности, где подавляющее большинство мужских форм имеет женские эквиваленты.

5.6.4. Акцентуация неавтономности –

коммуникативный ход в рамках стратегии дискредитации

Одним из признаков андроцентризма в языке считается изображение женщин как имеющих неавтономный, подчинённый по отношению к мужскому статус [Spender 1980; Hardman 1996, Pauwels 1998]. В предвыборных дискурсивных практиках идея неавтономности получает своеобразную реализацию. Например, в материалах, содержащих критическую или ироническую оценку деятельности И. Хакамады регулярно встречаются перифрастические номинативные сочетания, в которых она определяется со ссылкой на влиятельных политиков и/или бизнесменов мужчин (Б. Немцова, А. Чубайса, К Борового, М. Ходорковского и Л. Невзлина), ср: *боевая подруга*

Немцова, верная сподвижница Немцова Ирина Хакамада, брошенная Чубайсом Хакамада, бывшая секретарша Борового, компаньонка Борового Хакамада и т.п. Во всех случаях, помимо актуализации женского пола, данные словосочетания коннотируют пренебрежение, подчеркивая политическую несамостоятельность кандидата.

Между тем, среди участников президентской гонки И. Хакамада была одним из самых известных и опытных политиков, значительно более самостоятельным, чем ряд других претендентов – ставленников крупных политических деятелей и партий (О. Малышкин, И Рыбкин, Н. Харитонов). В средствах массовой информации последние также нередко характеризовались через именитых политических патронов, однако при этом, во-первых, не акцентировался пол кандидата и, во-вторых, референты перифрастического наименования, как правило, «сохраняли» активную роль и собственное поле деятельности, ср: *драчун Малышкин – боксер, шахтер и охранник Жириновского* (АИФ-НН, 11.02.2004).

Акцентуацию неавтономности можно считать гендерно-маркированным приемом в рамках коммуникативной стратегии дискредитации.

5.6.5. Конструирование женственности в предвыборных выступлениях политиков-мужчин

Заключительный этап президентской кампании в России совпал по времени с празднованием Женского дня 8 марта. Анализ поздравительных выступлений мужчин-политиков интересен с точки зрения конструируемых в них представлений о женщинах и женственности.

Рассмотрим тексты обращений к женщинам руководителя КПРФ Г. Зюганова и кандидата от КПРФ Н. Харитонова, опубликованные в газете «Советская Россия» № 30-31 (12514), 6 марта 2004г.:

«(1) С ПРАЗДНИКОМ ДОРОГИЕ И ЛЮБИМЫЕ!

Дорогие матери наши и жены, сестры и дочери! Сердечно поздравляю вас с Международным женским днем 8 Марта. Почти столетие назад он вошел в историю, как день солидарности женщин в борьбе за свои права. В годы Советской власти у нас в стране он приобрел иное звучание и стал одним из самых любимых праздников. Мы славим и чествовали женщину-мать! Женщину-труженицу!

И кто бы мог поверить, что на рубеже второго тысячелетия день 8 Марта станет актуальным в своем изначальном смысле. Новые буржуины, обогащаясь, обирают и унижают прежде всего беззащитных — женщин и детей. И вы, которым самой природой предназначено дарить жизнь, вынуждены защищать не свои права, а саму эту жизнь, жизнь каждого из нас.

В трудные минуты, обращаясь к женщине, мы тихо произносим: «Прости». И сегодня вместе с искренними словами любви и признательности мы говорим вам: простите, родные, что позволяем унижать вас ежедневно с телеэкранов, с газетных полос и в повседневном быту. Что не уберегли наш прекрасный, большой и дружный дом — Великую Державу. Но возрождение ее неизбежно. Вновь на просторах зазвучит радостным многоголосьем детский смех. Вновь счастливые ваши улыбки озарят самые дорогие вам лица. Так будет, ибо у России — женское лицо. У России — материнский лик! Г.А.ЗЮГАНОВ, Председатель ЦК КПРФ»

«(2) ДОРОГИЕ, любимые женщины России! Примите мой низкий поклон и поздравления с Международным женским днем 8 Марта. Вы — большая и лучшая половина человечества. Самые значимые слова в русском языке — женского рода. Вместе с женой мы вырастили и воспитали четырех дочерей. Вместе с товарищами по думской фракции КПРФ защищали от распродажи нашу Великую Родину.

Этот день называют праздником весны. И это не случайно. Словно любимая женщина расцветает и хорошеет природа. Раскрываются бутоны первых цветов. В этот день все мужчины вспоминают о своем предназначении и становятся особо внимательными и галантными

Пусть никогда не покидают вас, дорогие женщины, забота и внимание родных и близких, не гаснет огонь вашего очага, радуют здоровьем и успехами ваши дети, полнятся достатком ваши дома.

Пусть в сердцах ваших всегда будет весна.

Поддержите меня на выборах президента Российской Федерации, и тогда в основу социальной политики государства будет положена забота о семье, о здоровье детей. И первым моим делом будет реализация социально-образовательного проекта: «Спасем детей — спасем Россию!» Мы сделаем это вместе с вами, дорогие соотечественницы! С уважением, Николай ХАРИТОНОВ»

Как видим, текст Г. Зюганова изобилует гендерными идеологическими штампами советского дискурса (*женщина-труженица, женщина-мать, день солидарности в борьбе за свои права, большой, прекрасный и дружный дом — Великая Держава и др.*). На фоне традиционных женских субъектных позиций (*мать, жена, сестра, дочь*) выделяются идеологически приоритетные — *женщина-труженица, женщина-мать*. Семья представлена как главная сфера реализации и объект заботы женщины, вполне ожидаемо описываемой в эссенциалистском ключе (*самой природой предназначено дарить жизнь и т.п.*). Идеологическую нагрузку несет и гендерная метафора (*у России — женское лицо. У России — материнский лик*).

Одним из центральных смысловых мотивов, непосредственно связанных с предвыборным контекстом обращения, является изображение женщин как жертв несправедливого экономического порядка (*Новые буржуины, обогащаясь, обирают и унижают прежде всего беззащитных — женщин и детей*) и постсоветской массовой культуры (*позволяем унижать вас ежедневно с телеэкранов, с газетных полос и в повседневном быту*). Феномен виктимизации женщин обсуждался в научной литературе неоднократно. Т. Барчунова, например, отмечала, что виктимизация женщин в постсоветской прессе является концептуальным кластером, включающим дискурсивные коды жертвы, жертвенности, объекта защиты, вины [Барчунова 1998: 89]. В анализируемом отрывке актуализирована не только модель жертвы, но коды жертвенности (*вынуждены защищать не свои права, а <...> жизнь каждого из нас*) и объекта защиты (*простите, что не уберегли*). Дискурсивный код вины («*Прости!*») перемещен в референтную плоскость «мужчины» и эмоционально усиливает маскулинизацию функции защиты.

В обращении Н. Харитонова женщина представлена как возлюбленная, мать, хранительница очага. Гендерная метафора приобретает не только идейно-патриотическое (*Великая Родина*), но и природно-физическое измерение (*Словно любимая женщина расцветает и хорошеет природа*). Гендерные роли (женщина «*расцветает и хорошеет*», мужчины «*вспоминают о своем предназначении и становятся внимательными и галантными*») вписываются в рамки традиционной пропозиции «мужчина – субъект, женщина – объект». Главной сферой интересов женщины объявлены «*семья и здоровье детей*»; все пожелания также сконцентрированы вокруг этой сферы (*забота и внимание родных и близких; здоровье и успехи детей, достаток в домах*).

Личная, семейная жизнь представлена как абсолютный приоритет для женщины и в поздравительном обращении С. Миронова: «*Я желаю всем женщинам нашей страны удачи, процветания, а главное, гармонии и счастья*

в личной жизни, в семье. Без, этого любые успехи теряют смысл» (Парламентская газета 7.03.2004).

В поздравительном обращении В. Путина на церемонии вручения государственных наград в Кремле по случаю 8 марта позиционирование женщин в целом также выдержано в духе традиционной гендерной идеологии. Проанализируем несколько цитат из этого выступления:

(а) Я очень рад приветствовать вас и поздравить с праздником. Восьмое марта – это, несомненно, день торжества женщин. Торжества доброты, мудрости, красоты и духовной силы.

Значимыми в данном фрагменте являются традиционные для русской историко-культурной традиции атрибуты женственности «доброта», «мудрость», «красота» и «духовная сила».

(б) Женщины нашей страны не уступают мужчинам ни в уровне образования, ни в активной общественной позиции.

Пресуппозицией цитируемого высказывания является упоминавшаяся выше ценностная асимметрия, в рамках которой мужчины в обществе/культуре оцениваются выше, чем женщины. По этой причине констатация амбивалентна: признание успехов женщин в такой форме воспроизводит гендерную асимметрию.

(в) Общепризнанно, что и в бизнесе они [женщины. – Е.Г.] также очень успешны. Основой тому – не только профессионализм, но и уникальная интуиция и природная аккуратность, умение избегать крайностей, склонность к согласию и оправданным компромиссам.

Синтаксическая организация высказывания (присоединительная частица «также») придает женской «успешности» дополнительный характер. Формула «не только... , но и» выводит в коммуникативно значимую, рематическую позицию не профессионализм женщин (как главную составляющую профессионального успеха), а все те же эссенциалистски понимаемые («природные») интуицию, аккуратность, склонность к согласию и компромиссам.

(г) Но 8 марта – это особая дата не только для женщин. В этот день и мужчины вольно или невольно задумываются о том, кем они являются для своих самых близких женщин. И уверен, еще лучше понимают, что главное – это быть надежной опорой, которая нужна даже самым успешным, самым самостоятельным и преуспевающим женщинам.

Здесь заслуживает внимания маскулинизация функции защиты (*быть опорой*) и гендерная асимметрия модели *быть опорой* (функция мужчины) – *нуждаться в опоре* (потребность женщины), имплицитная неавтономность, поскольку «обратной связи» (когда преуспевающим мужчинам нужна опора в лице женщин) не предусматривается.

Таким образом, стилистика и символика праздничных поздравлений андроцентричны: даже в политкорректном выступлении В. Путина воспроизводятся патриархатные стереотипы женственности и традиционное распределение гендерных ролей.

5.6.6. Конструирование женственности в англоязычном предвыборном дискурсе

В главе 4 речь шла о неоднородности категории «женственность», представляющей собой кластерную модель. Гендерная асимметрия, заключающаяся в численном превосходстве политических лидеров-мужчин, привела к стиранию немаркированной категории «мужчина-политик» и появлению в англоязычном политическом дискурсе категории «политические жены» (*political wives*), которая тоже является кластером. Британский журнал «Нью Стейтсмен» выделяет в рамках данного кластера четыре субкатегории с четкими прототипическими признаками:

- «Современная женщина» (*the Modern Woman*) – независимость во взглядах, финансовая самостоятельность, успешная карьера, высокая профессиональная репутация, левые взгляды.
- «Супруга-воительница» (*the Warrior Wife*) – движущая сила политических успехов мужа, честолюбивая и в определенном смысле

соревнующаяся с мужем на одном политическом и профессиональном поле.

- «Преданная подруга» (*the Good Old Girl*) – лояльная, упорная супруга, поднимающая семью, пока муж занимается политикой, заменяющая детям и отца и мать; когда нужно, появляется с мужем на публике, участвует в предвыборных кампаниях, не любит прессу.
- «Покинутая жена» (*the Surrendered Wife*) – в одиночестве читает в газетах о похождениях мужа, старается оставаться лояльной, улыбается и терпит.

(*New Statesman* (1996), Jan 21, 2002 v131 i4571) p14(2)).

Как отмечает автор статьи, выбор спутницы жизни – это своего рода индикатор либеральных или консервативных ценностей мужчины-политика. Супруга из категории «современная женщина» характеризует его как современного, уверенного в себе и эмоционально зрелого мужчину, выросшего в эпоху феминизма и усвоившего его уроки. И напротив, выбор «Преданной подруги» – это знак приверженности традиционным политическим и семейным ценностям.

Разумеется, данная категоризация носит условный характер и не всегда отражает реальный опыт конкретной персоны – так же, как, например, представления о «женской речи» и «мужской речи» далеко не всегда совпадают с тем, что реально говорят конкретные мужчины и женщины. Д. Камерон в этой связи подчеркивает, что «женский язык» (*women's language*) – это символическая категория, а «язык, используемый женщинами» (*the language used by women*) – эмпирическая [Cameron 1998]. Аналогично можно говорить о символических и эмпирических категориях мужественности и женственности, а также о том, как они (и связанные с ними допущения и послышки) артикулируют друг друга, например, как символические конструкты женственности (гендерные стереотипы, идеалы, образцы) опосредуют дискурсивное продуцирование гендерной идентичности как эмпирической категории.

Рассмотрим этот вопрос на примере американских предвыборных практик, где участие женщин является необходимой частью предвыборного марафона. Супруги кандидатов в президенты не только агитируют за своих мужей, но и соревнуются между собой за титул первой леди – роль, которую журнал «Ньюсуик» назвал «неизбранной, в значительной мере символической, но нагруженной багажом культурных ожиданий» (Newsweek 30.07.2004).

Конструирование гендера – это, как правило, акцентуация различия, будь то противопоставление мужественности и немужественности (см. выше) или перформация конкурирующих типов женственности. В президентской кампании 2004г. супруга кандидата от республиканцев Лора Буш воплощала традиционный культурный идеал жены и матери, а супруга демократического кандидата Тереза Хайнц Керри – новый тип современной женщины, впитавший идеи феминизма и гендерного равенства.

Смысловые доминанты дискурсивных «портретов» обеих женщин в печатных СМИ выявлялись с использованием методики «ментальных карт», предполагающей процедуру «свертывания» анализируемых текстов, чтобы в обобщенной форме выразить представление об объекте речи [Ушакова, Павлова 2000: 68 – 69]⁶⁶. Критерием значимости того или иного параметра выступала подробность описания: выделялись все параметры, к которым относилось более двух дескрипторов – признаков, характеризующих объект. Дескрипторы включали как обобщенные суждения, касающиеся объекта в целом, так и оценки/описания конкретных действий и качеств объекта.

Поскольку анализировались публикации апологетического характера, отпадала необходимость экспертной кодификации дескрипторов, в рамках которой, в частности, каждому дескриптору приписывается определенное

⁶⁶ Теоретической и методологической основой данного метода является развиваемый в современной когнитивной психологии и психолингвистике тезис о том, что при продуцировании текста (а также его понимании) в психике человека формируется ментальная модель обсуждаемой ситуации. Такого рода модель содержит в себе информацию о текущей действительности, событиях и их участниках, а также долговременные знания о мире, образующие общий контекст. Эта информация служит материалом для ее выражения в тексте и необходима для возникновения понимания у слушателя. Модель может строиться преимущественно на основе прошлого опыта и соответствовать известным нам объектам, фактам и т.д.

значение по параметру оценки [с. 71]. Практически все выделенные параметры были позитивными. Большинство из них так или иначе соотносятся с представлениями о женственности. Например, одной из наиболее «выпуклых» характеристик имиджа героини статьи «У Лоры Буш все на своем месте, как и она сама» (The New York Times 15.01.2001) является параметр «любит порядок и чистоту», представленный десятью дескрипторами:

- 1) *arranged her personal library according to the Dewey Decimal System* (организовала свою личную библиотеку в соответствии с десятичной системой Дьюи);
- 2) *has kept her record collection of 33's and 45's in mint condition and dust-free* (сохранила коллекцию пластинок в образцовом состоянии, без пылинки);
- 3) *assembled thick scrapbooks of official and personal events* (накопила несколько толстых записных книжек с перечнем официальных и личных мероприятий);
- 4) *chose her Christmas card by the previous February* (Рождественские открытки выбирает уже в феврале);
- 5) *arranges her shoes (in their original boxes) according to hue* (расставляет туфли в оригинальных коробках по оттенкам);
- 6) *doesn't leave papers unfilled* (складывает все бумаги в папки);
- 7) *doesn't post yellow stick-notes as reminders* (никогда не развешивает желтых стикеров с напоминаниями о том, что надо сделать);
- 8) *She is a cleaner* <...> любит убираться;
- 9) *wants to get the kitchen in order, books in order* (приводит в порядок кухню, книги);
- 10) *have just taken down the books and Cloroxed the cabinets* (сняла книги и обработала хлорином полки).

Гендерно релевантными можно также считать следующие параметры: спокойная и уравновешенная (5 дескрипторов); занимается развитием школьного образования и чтения (8 дескрипторов); не интересуется политикой

и не вмешивается в дела мужа (7 дескрипторов); вежлива и обходительна (5 дескрипторов); не стремится к власти (5 дескрипторов); одевается традиционно и элегантно (6 дескрипторов); придерживается традиционных взглядов на роль женщины в семье (5 дескрипторов); не рассказывает журналистам о семейных делах (4 дескриптора); мало говорит о себе и хорошо умеет слушать (3 дескриптора). Уже этот перечень дает адекватное представление об имидже Лоры Буш, чья биография озаглавлена «*The Perfect Wife*» («*Совершенная жена*»).

Показательны с точки зрения конструирования гендера и подзаголовки данной статьи: (1) *Mamie with the Clorox bottle* («*Мейми с бутылкой хлорина*»), (2) *Pets not Policy* («*Домашние животные, а не политика*») и (3) *Putting away the Plaid* («*Никакой “шотландки”*»). Гендерно значима историческая аллюзия с Мейми Эйзенхауэр, образно определившей гендерное «разделение труда» в Белом Доме так: «Айк правит страной, а я переворачиваю отбивные» (*Ike runs the country and I turn the lamb chops*).

Терезу Хайнц Керри в предвыборной прессе нередко сравнивали с Хилари Клинтон, подчеркивая сильный характер и независимость во взглядах, а также с Жаклин Кеннеди – за чувство стиля и элегантность. Ментальное картирование имиджа Хайнц Керри в апологетических публикациях выявляет большее разнообразие гендерно релевантных параметров. Ниже приведен их перечень и отдельные примеры дескрипторов, выделенных из статьи «Секретный ингредиент Джона Керри» (Newsweek 30.7.2004). Заметим, что уже в заголовке содержится гендерно значимая метафора *ingredient* (ассоциации с кулинарией – индикатор женской субъектной позиции):

1) неформальность и элегантность (4 дескриптора) – *in a black leotard and dark glasses <...> pulls a handful of auburn curls up off her face <...> barely made-up “who cares if I wore this same suit yesterday” kind of way/ в черном трико и темных очках <...> отбросила пучок каштановых кудрей <...> минимум косметики и непринужденное «ну и что, что на мне вчера был тот же костюм»;*

2) финансовая самостоятельность (4 дескриптора) – inherited \$500 million, <...> speculation about their relationship has centered on her money / унаследовала 500 миллионов <...> спекуляции об их отношениях [с Джоном Керри] касались ее денег;

3) независимость во взглядах (5 дескрипторов) – unfiltered, unapologetic <...> , refusal to try and play the Laura Bush role of <...> more conventional political wife; /неотфильтрованная, неизвиняющаяся <...>, отказ играть роль традиционной супруги политика, как Лора Буш;

4) прямота и откровенность (7 дескрипторов) – “sassy” attitude, freewheeling wife; revealing more about herself and her husband in five minutes of conversation than Senator Clinton does in the 525 pages of her “Living History” / дерзкое отношение..., раскованная ...; за десять минут разговора рассказывает о себе и своем муже больше, чем Хилари Клинтон на 528 страницах своей автобиографии и т.д.;

5) следит за питанием мужа (2 дескриптора) – asks to make sure that the senator actually eats the healthful lunch their maid has prepared for him/ просит проследить, чтобы сенатор действительно съел специально приготовленный лэнч и т.д.;

6) пропагандирует здоровый образ жизни (2 дескриптора) – at political events <...> seems to enjoy dispensing tips on subjects ranging from which sunscreens contain cancerogens to the immunity-boosting antioxidants in green tea / на политических вечеринках любит давать советы по широкому кругу вопросов от неканцерогенных солнцезащитных кремов до повышающих иммунитет антиоксидантов в зеленом чае и т.д.;

7) успешно руководит крупным благотворительным фондом (3 дескриптора) – took over the management of family’s ... \$1,2 billion endowment, turned what had been a philanthropy funding small projects into a major research and education operation / управляет 1,2 миллиардным семейным благотворительным фондом; превратила филантропическую организацию,

финансировавшую малые проекты, в крупную организацию, с масштабными исследованиями и образовательно-культурными инициативами;

8) хранит память о первом муже, погибшем в авиакатастрофе (2 дескриптора) – “the love of her life” / любовь – все ее жизни;

9) заботится о здоровье членов семьи и друзей (2 дескриптора) – they call her Doctor T <...> she knows more than some doctors/ ее называют «Доктор Т» <...> она знает побольше, чем некоторые врачи;

10) благотворно влияет на мужа-кандидата (4 дескриптора) – made him more loosey-goosey, and able to be closer with people / сделала его [Дж. Керри. – Е.Г.] более непосредственным и научила сблизиться с людьми и др.

Нетрадиционная женственность супруги кандидата от демократов подчеркивается реитерацией отрицательных приставок *in* и *anti*: *anti-Laura*, *anti-Hilary*; *unfiltered*, *unapologetic*, *unself-consciously sexy* (*анти-Лора*, *анти-Хилари*; *нефильтрованная*, *неизвиняющаяся*, *ненапускная сексуальность* и пр.).

Наиболее активные комментарии прессы и избирателей вызвал коммуникативный стиль Терезы Хайнц Керри. Широко обсуждался предвыборный клип, в котором она высказывает мнение, отличное от мнения мужа-кандидата, а также ее резкий ответ на вопрос прореспубликанского репортера на одной из пресс-конференций («*shove it*»).

Вербальное поведение супруги кандидата от демократов, всегда откровенно и прямо высказывающей свою точку зрения, заслужило немало двусмысленных эпитетов (*sassy*, *cheeky*, *saucy* / *бесцеремонная*, *бойкая*, *дерзкая*) и интерпретировалось многими как неженственное. Характерно, что и ее собственный комментарий по этому поводу в одном из интервью звучит как оправдание – имплицитное признание несоответствия традиционному идеалу женственности: «*У меня на все свое мнение, потому что я управляю крупным фондом <...> Я председатель. В этом смысле, как руководитель, ты должен быть убедительным. Должен иметь свои взгляды*»⁶⁷ (Dallas Morning News

⁶⁷ “I have opinions because I run a big foundation,” she said in an interview. “I’m chairman. In that sense, leading, you have to be persuasive. You have to have ideas.”

18.03.04). С другой стороны, отстаивая свое право открыто высказывать собственное мнение, Хайнц Керри постоянно апеллирует к альтернативному феминистскому дискурсу, призывая уважать «голос» женщин, который так долго замалчивался, ср: «*Свое право говорить, иметь голос, быть – как меня называют некоторые – самоуверенной, я глубоко и сильно ценю. И надеюсь, что скоро наступит день, когда женщины – которые заслужили право высказывать свое мнение – будут называть не самоуверенными, а умными и знающими – так же, как мужчин. <...>Я хочу выразить признание и уважение женщинам всего мира, чьи мудрые голоса так долго исключались и не принимались во внимание. Настало время – настало время, чтобы мир наконец услышал голос женщин, звучащий в полную силу*»⁶⁸ (из речи на съезде демократической партии в Бостоне, июль 2004).

В средствах массовой информации вербальный стиль Т. Хайнц Керри оценивался как одобрительно, так и критически:

<i>honest</i> (честный)	<i>offensive</i> (оскорбительный)
<i>frank</i> (откровенный)	<i>blunt</i> (грубый)
<i>candid</i> (искренний)	<i>impolitic</i> (бестактный)
<i>refreshing</i> (вносящий свежую струю)	<i>freewheeling</i> (развязный)
<i>straightforward</i> (простая, прямая)	<i>odd</i> (странная, эксцентричная)
<i>plainspoken</i> (прямая, открытая)	<i>opinionated</i> (упрямая, самоуверенная)
<i>sincerely funny and witty</i> (забавная и остроумная)	<i>lacks social manners</i> (невоспитанная)
<i>a woman who is not afraid to say what she thinks</i> (женщина, не боящаяся говорить, что думает)	<i>embarrassing</i> (ставящая в неудобное положение)

⁶⁸ *My right to speak my mind, to have a voice, to be what some call "opinionated" / is a right I deeply and profoundly cherish. And my only hope is that, one day soon, women - who have all earned their rights to their opinions - instead of being called opinionated, will be called smart and well-informed, just like men. I want to acknowledge and honor the women of this world, whose wise voices for much too long have been excluded and discounted. It is time – it is time for the world to hear women's voices, in full and at last.*

Очевидно, что подобная поляризация оценок предполагает использование в качестве эталона различных символических конструкторов женственности – традиционного (патриархатного) и нового (эгалитарного). Характерно, однако, что если критические комментарии по поводу коммуникативного стиля Т. Хайнц Керри недвусмысленно выражают отрицательную оценку, то апологетика включает как позитивно окрашенные атрибуты (см. примеры в левой колонке), так и многочисленные эвфемистические перифразы типа «*her contentious views which are sometimes flamboyantly expressed*» («ее дискуссионные взгляды, иногда облеченные в слишком яркую форму»); «*her penchant for straying from the political message*» (присущее ей свойство не отклоняться от политической темы»); «*her occasionally earthly language*» (ее подчас “земной” язык») и т.п. Поскольку эвфемизмы всегда замещают нечто, «представляющееся нежелательным, грубым или нетактичным» [ЛЭС, с. 590], результат отчасти напоминает ситуацию, описанную в статье М. Тэлбот, где анализируется репортаж газеты «Sun» о судебном деле по сексуальным домогательствам [Talbot 1997]. Выбор языковых средств в репортаже, казалось бы, указывает на осуждение поведения обвиняемого, однако при этом текст оставляет нетронутыми традиционные допущения о маскулинности и сексуальных взаимоотношениях между мужчинами и женщинами.

Эвфемистическая апологетика вербального стиля Терезы Хайнц Керри репродуцирует традиционные стереотипы, латентно транслируя в качестве «нормы» патриархатный идеал женственности, воплощением которого является «скромная Лора Буш» (*the modest Laura Bush*). В этой связи уместно вспомнить мысль С. МакКоннел Джинет о том, что при существовании в обществе альтернативных систем взглядов (в нашем случае, эгалитарной и патриархатной гендерных идеологий) легче узнаваемы значения, опирающиеся на систему, которая воспринимается как превалирующая, более известная в обществе [McConnel-Ginet 1998].

Обратимся к лингвистическим механизмам конструирования гендерной идентичности в предвыборных выступлениях жен кандидатов и других женщин, участниц предвыборного процесса. Л. Литосселити, вслед за Ю. Хабермасом, указывает, что участники коммуникативного взаимодействия регулируют саморепрезентации, которые, таким образом, не являются спонтанными, а представляют собой «стилизованное выражение опыта», представленного с учетом того образа, который каждый стремится предъявить наблюдателю [Litosseliti 2002]. Особую значимость в этой связи приобретают языковые составляющие гендерного дисплея (по Гоффману) как способа предъявления себя в качестве члена определенной гендерной группы. Например, руководитель предвыборной кампании Э. Гора (2000г.) Донна Брейзил назвала свои мемуары «*Cooking With Grease, Stirring the Pots of American Politics*»⁶⁹ («Готовить с жиром. Взболтаем содержимое котелков американской политики»). Кулинарная метафора в данном случае – способ акцентуации гендерной идентичности, «женского» взгляда на политический (предвыборный) процесс.

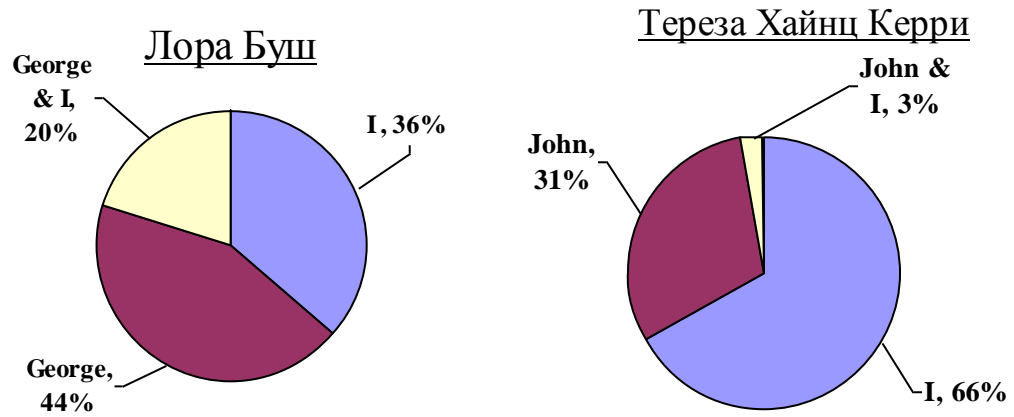
Линн Чейни, жена вице-президента США Дика Чейни, известный ученый-историк и видная общественная деятельница, автор и соавтор семи книг (в том числе о женском движении в США) и председатель Национального Фонда гуманитарных наук в 1986 – 1993 гг., почти все свои предвыборные выступления в рамках президентской кампании начинала с рассказа о том, что всем возможным титулам предпочитает тот, каким назвала ее однажды четырехлетняя внучка: «Бабушка Соединенных Штатов» (*The Grandma of the United States*). Такой способ самопозиционирования – сигнал приверженности традиционным семейным ценностям, в терминологии И. Гоффмана «присоединения» (*alignment*) к определенной гендерной группе (и идеологии). Аналогичную функцию в конструировании имиджа выполняют ярлыки «*Momma T*» (прозвище, данное Терезе Хайнц Керри близкими и друзьями за заботу и внимание к их здоровью, которое она проявляет) или уже

⁶⁹ Подробнее см. www.cbsnews.com/stories/2004/06/17/opinion/

упоминавшееся выше название книги о Лоре Буш «Совершенная жена» («*The Perfect Wife*»).

Менее прозрачным, но весьма эффективным инструментом гендерного позиционирования является грамматическая организация предложений. В разделе 5.4. анализировались выборы транзитивности (по Халлидею) как одно из средств объективации женщин в российском предвыборном дискурсе. В данном разделе аналогичная методика используется при анализе обращений Л. Буш и Т. Хайнц Керри к делегатам партийных съездов республиканцев и демократов (сентябрь 2004, Нью-Йорк; июль 2004, Бостон). Тексты данных выступлений интересны для сопоставительного изучения, поскольку на фоне общего прагматического контекста ярче видны различия в способах конструирования гендерной идентичности.

В ходе анализа из текстов выступлений были выделены все предложения, где отправитель речи выступает в функции субъекта. В обоих случаях это (1) предложения с подлежащим «I» («я») и (2) предложения с инклюзивным «we» («мы»), где отправитель речи действует вместе с мужем-кандидатом (сюда вошли также групповые подлежащие типа «George and I» и «John and I»). Кроме того, для сравнения привлекались предложения, где субъектами являются кандидаты в президенты (мужья говорящих). Учитывая, что в силу типологической специфики обоих языков при переводе с английского на русский может меняться агентивность (ср. *He was wrestling with agonizing decisions* – В нем шла мучительная борьба и т.д.), подсчеты велись по тексту оригинала. Примечательно уже само количественное соотношение выделенных групп. В речи Лоры Буш она сама выступает в роли субъекта – 27 раз, Джордж Буш - 32 раза, инклюзивное подлежащее «Джордж и я» используется в 15 предложениях. В речи Терезы Хайнц Керри она сама выступает в роли субъекта 26 раз, Джон Керри – 12 раз. Инклюзивный субъект «Джон и я» зафиксирован лишь в одном случае.



Более полное представление о характере агентивности в сопоставляемых текстах дает анализ транзитивности. Напомним, что в основе данного метода лежит классификация глагольных предикатов в соответствии с характером обозначаемых ими процессов на материальные (намеренные и ненамеренные) и ментальные, которые делятся на направленные вовне (воздействующие) и замкнутые внутри (обозначающие реакции, восприятия и когнитивные процессы).

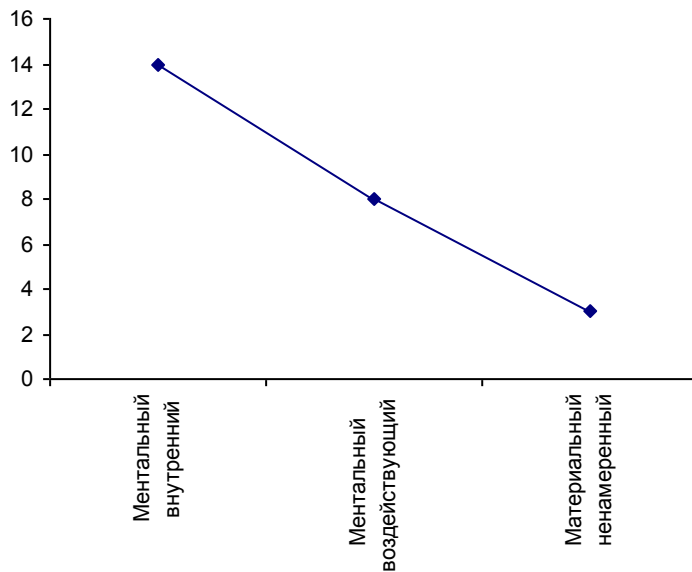
Обращает на себя внимание тот факт, что хотя формально в речи Лоры Буш присутствует более двух десятков предложений с субъектом «я», она практически ничего не сообщает о себе. Субъектно-предикатные группы с местоимением «I», как правило, вводят придаточные дополнительные, где речь идет о муже-президенте или о других политических персонах, проблемах и действиях. Особенно показателен фрагмент, где говорящая представляет себя молчаливым свидетелем трудных решений мужа: *«Я помню проходившие в молчании вечера за обеденным столом. Джордж взвешивал мрачные сценарии и зловещие сообщения разведки о возможности еще более разрушительных атак. Много раз по вечерам я слышала, как Джордж разговаривал по телефону с зарубежными дилерами, в нашей гостиной или на ранчо в Крофорде. Я помню напряженный уикэнд в Кэмп Дэвиде. Джордж и премьер-министр Тони Блэр обсуждали угрозу, исходящую от Саддама Хуссейна. И я помню, что, сидя у окна Белого Дома, смотрела, как Джордж*

ходит по лужайке внизу. Я знала, что он борется с мучительными решениями, оказавшими столь огромное влияние на жизни многих людей и будущее нашего мира. И я была там, когда мой муж должен был решать...»

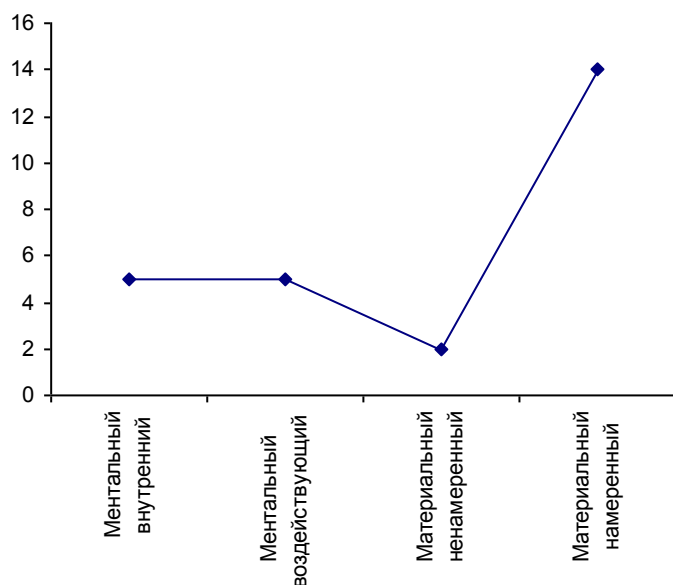
Анализ выборов транзитивности в выступлении Л. Буш, показывает, что более половины (15) предикатов в предложениях, где субъектом является она сама, обозначают *внутренние ментальные процессы* – восприятия, реакции и когнитивной деятельности («горжусь», «думаю», «видела», «знала», «помню» и т.п.). Восемь (8) предикатов обозначают *ментальные процессы воздействия* (направленные вовне); важно, что в основном это глаголы речи («сказать», «выразить» и т.п.), вводящие информацию о событиях или о действиях президента. Один предикат обозначает *реляционный процесс* (идею присутствия). Предикатов, обозначающих *материальные процессы* в тексте всего три (3), при этом ни в одном из случаев действие не может быть четко квалифицировано как намеренное, а скорее является следствием иных действий или процессов. Еще три предиката, обозначающих *материальные намеренные действия*, представлены в предложениях с субъектом *George and I* и инклюзивным *we* (всего таких предложений в тексте выступления 15). В них речь идет о предвыборных визитах в школы⁷⁰, и они мало что меняют с точки зрения общего характера агентивности.

Таким образом, в тексте предвыборного выступления Лора Буш позиционируется как *воспринимающий, констатирующий и (со)переживающий субъект*, не принимающий непосредственного участия в описываемых событиях и не оказывающий воздействия на политические (или иные) решения. Результаты анализа можно представить схематически в виде графика, отражающего «движение» от ментального интериоризованного действия к материальному намеренному. У Лоры Буш этот показатель последовательно падает.

⁷⁰ Л.Буш – бывший школьный учитель и библиотекарь, ее «ниша» в политической жизни – сфера образования.



Резкий контраст с такой самоподачей представляет репрезентация Дж. Буша (предложения с подлежащим «he», «George», «my husband»), который выступает в роли субъекта 32 раза. При этом 14 предикатов обозначают *материальные намеренные действия* (т.е. действия, оказывающие влияние на окружающий мир и людей) и лишь два 2 предиката обозначают *материальные ненамеренные процессы*: один из них используется в вопросе, а второй – в ответе на вопрос («Изменился ли?», «Поседел»). Ментальные процессы представлены десятью (10) предикатами: пять из них обозначают *внутренние процессы* (знания, обдумывания, желания, обретение мудрости) и еще пять *ментальные процессы воздействующего характера* (касающиеся отношения к работе и долгу, а также принятию решений, определяющих судьбы мира). Два предиката с глаголами бытия обозначают реляционные процессы. Графически линия агентивности (на участке, представляющем материальные процессы) устойчиво растет:

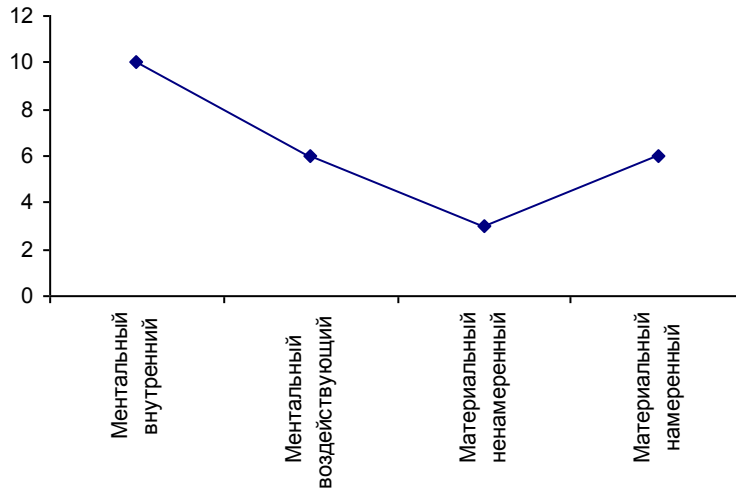


Таким образом, в обращении Лоры Буш конструируется «реальность», в которой единственным действующим и воздействующим субъектом является ее супруг-президент. Выборы транзитивности воспроизводят традиционную оппозицию патриархатной культуры «мужчина активен, женщина пассивна».

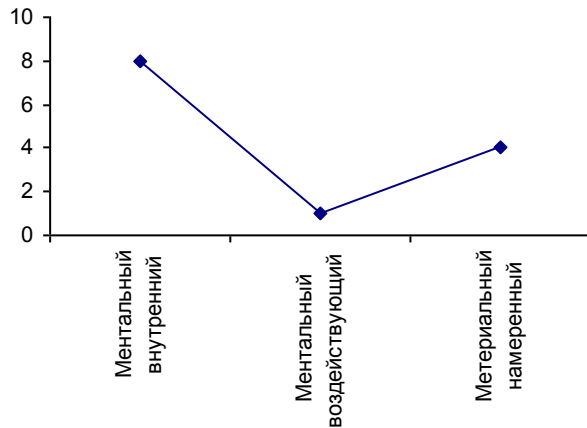
Иная картина в обращении Т. Хайнц Керри. Хотя ее речь почти в полтора раза короче, чем обращение Л. Буш, количество предложений, где она сама выступает в качестве субъекта почти такое же (26), а характер действий и процессов, выраженных предикатами, гораздо более разнообразен.

Прежде всего обращает на себя внимание значительно большее количество предикатов, выражающих *материальных намеренные действия* (6), которые практически не зафиксированы в вступлении Л. Буш. С их помощью утверждается активная субъектная позиция, акцентируются собственные взгляды и действия (например, участие в борьбе с апартеидом в Африке и др.). Такое же количество предикатов (6) обозначают *ментальные процессы воздействующего типа*, т.е. действия, направленные вовне. Самое большое число предикатов, как и у Л. Буш, выражают *ментальные внутренние процессы* (10), однако в большинстве случаев речь в таких предложениях идет о личных убеждениях и активной позиции, а не роли свидетеля, как в обращении Л. Буш. Три (3) предиката обозначают процессы

материального ненамеренного характера. Кривая агентивности выглядит следующим образом:



В целом Т. Хайнц Керри гораздо больше говорит о себе и от себя (высказывает собственную позицию). Предложений, где в роли субъекта выступает Дж. Керри в тексте всего 12. При этом около половины предикатов (7) обозначают *ментальные внутренние процессы* когнитивного плана («верит», «знает»). Предикатов, обозначающих *материальные намеренные действия* три (3): в одном случае речь идет о военном прошлом Дж. Керри, а в двух других – о его будущих действиях («отсроченная» агентивность). Сюда же можно отнести предикат с реляционным глаголом *to be* (*John is a fighter*). Предложения типа *With John Kerry as president, global climate will change and other threats to the health of our planet will begin to be reversed* («С Джоном Керри на посту президента глобальный климат изменится и другие угрозы здоровью нашей планеты начнут уменьшаться») конструируют агентивность косвенно, через иллюзию присутствия субъекта.



Как видим, смысловым центром и основным действующим лицом в тексте выступления является сама Т. Хайнц Керри, которая позиционируется как активный, (воз)действующий субъект. Выборы транзитивности являются важным инструментом конструирования гендерной идентичности.

Заметим, что отношения между эмпирическими и символическими конструктами женственности отнюдь не прямолинейны. В предвыборном дискурсе образы жен кандидатов конструируются с опорой как на традиционный, так и на новый (эгалитарный) идеалы женственности, что предполагает постоянное «двойное прочтение» – элемент усложненного кода, по Бернстайну [см. Egging, Iedema 1997]. Так, наряду с независимостью Терезы Хайнц Керри, подчеркивается ее заботливость (*Momma T, Doctor T*), женское обаяние и сексуальность (*will be the sexiest First lady to ever grace the White House*), умение хорошо готовить (*is reputedly a good cook*), заботиться о питании мужа (*is perfectly willing to plan her husband's daily meals – 'the old mom thing' she describes it*)⁷¹ и т.п. У Лоры Буш образ «совершенной жены» дополняют сила характера (*reveals herself as a savvy, taught-as-nails campaigner*⁷²) и общественная активность – правда, в рамках традиционно женских ролей первой леди, бывшей учительницы и школьного библиотекаря (*убеждает американцев становиться учителями; поднимает вопросы подготовки детей к школе; инициировала проведение первого Национального*

⁷¹ People's Magazine, April 30, 2004

⁷² The Washington Post, May 19

книжного фестиваля; стала первой в истории первой леди, записавшей полное радиообращение о судьбах женщин и детей при репрессивном режиме Талибан в Афганистане и т.п.).

Конструирование гендера определяется личными предпочтениями и социальными ожиданиями. В предвыборном дискурсе, по понятным причинам, роль последних особенно велика. Хилари Клинтон в своей автобиографии вспоминает, что, оставив после замужества девичью фамилию (Родхэм), вскоре, когда Б. Клинтон стал баллотироваться на пост губернатора Арканзаса, изменила свое решение и взяла фамилию мужа, поняв, что ее «личный выбор вызывает неодобрение» в обществе и «оказывает негативное влияние» на развитие карьеры мужа [Rodham Clinton 2004]. Четверть века спустя супруга Дж. Керри, до выборов носившая фамилию первого мужа (Хайнц), стала Терезой Хайнц Керри, еще раз продемонстрировав амбивалентность гендерной субъективности – продукта собственной активности субъекта и внешних ограничений, накладываемых господствующим дискурсом (гендерной идеологией).

Завершая анализ конструирования женственности в предвыборном дискурсе, уместно вспомнить метафору П. Экерт о стиле как составлении коллажа, когда стилистический агент «присваивает» разнообразные ресурсы широкого социолингвистического ландшафта, комбинируя их, чтобы представить желаемый образ. Очевидно, что при этом отправитель речи рассчитывает быть определенным образом воспринятым, ведь цель предвыборных выступлений – склонить на свою сторону конкретного избирателя, а потому интенции автора должны быть соотнесены с представлением об установках и убеждениях адресата и ориентированы на тех, кто их разделяет. Очевидно, что в предвыборной кампании 2004г. Л. Буш артикулировала позицию, рассчитанную на адресата-приверженца традиционной гендерной идеологии и соответствующего распределения социальных ролей, а Т. Хайнц Керри апеллировала к тем, кто является сторонником новых возможностей для женщин. Таким образом,

(само)позиционирование участниц предвыборного процесса непосредственным образом связано с позиционированием электората, являясь одной из составляющих комплексного процесса конструирования гендера в предвыборных дискурсивных практиках.

ВЫВОДЫ

Конструирование гендера – это не только процесс и результат «встраивания» индивида в социально и культурно обусловленные модели мужественности или женственности, принятые в данном обществе на данном историческом этапе, но и любое дискурсивное (вос)производство гендерных смыслов, например, «адресная» стилистика предвыборных обращений, импликация оценки путем индексации пола, гендерно релевантные приемы языковой демагогии, основанные на принципе ложной пресуппозиции и т.п. Будучи инструментом дискурсивного позиционирования идей и субъектов, языковые формы и модели формируют «ткань» социальной реальности, определяют составляющие ее позиции и отношения.

Дискурсивное «построение» реальности предполагает влияние социокультурных знаний на социальные практики. Когнитивные метафоры, структурирующие политику как «мужскую» сферу, определяют логику предвыборной аргументации и характер политической борьбы, следствием чего является не только низкая представленность женщин в политике, но и то, что (само)позиционирование женщин-участниц предвыборного процесса происходит в рамках сильной («мужской») позиции. Сбалансированность политической и гендерной ролей достигается с помощью модальных маркеров смягчения и солидарности. В отдельных случаях реализуется установка на нейтрализацию гендерного параметра и акцентуацию профессиональной составляющей имиджа, либо артикулируется идея нравственного превосходства «женской» политики (реверсивная гендерная асимметрия).

Гендер является конструктом градуируемой релевантности и проявляется с разной степенью интенсивности в различных контекстах.

Исследование показало, что в предвыборном дискурсе апелляция к гендеру является частью дискурсивных стратегий агитации/дискредитации. Имеет место нормативное и манипулятивное конструирование гендера. В первом случае речь идет об осознанном или автоматическом следовании гендерным нормам – характерным для данной культуры представлениям об уместности или неуместности тех или иных речевых форм и моделей для женщины или мужчины. Во втором – о намеренной эксплуатации гендерных стереотипов для оказания определенного воздействия на аудиторию.

Распространенной стратегией дискредитации кандидата-мужчины является акцентуация немужественности. Стратегии дискредитации женщины-кандидата амбивалентны: эксплуатируется как соответствие, так и несоответствие традиционным стереотипам женственности. Гендерный параметр релевантен как в (само)позиционировании, так и при выборе позиции для критики оппонента.

Обнаруживается зависимость интенсивности конструирования гендера от стилистической тональности речи: наиболее эксплицитно гендерная тематика представлена в продуктах «черного пиара», предвыборных блогах и на Интернет-форумах, где нюансы предвыборной борьбы и личности кандидатов обсуждаются в неформальной, фамильярной и/или полемически заостренной форме.

Одним из ключевых понятий конструирования гендера в дискурсе является позиционирование. Позиционирование читателя (избирателя) в предвыборных дискурсивных практиках может принимать различные формы: прямое обращение к читателю, задающее субъектные позиции деиктически и/или номинативно; полупрямое обращение – позиционирование читателя тематикой и/или жанром материалов; и косвенное позиционирование (путем опосредования и культурных кодов), которое предполагает, что для адекватного понимания текста читатель должен занять определенную (гендерно не нейтральную) позицию.

Анализ показал, что в российском предвыборном дискурсе прямое позиционирование избирателя обычно носит метагендерный характер, однако гендерные смыслы присутствуют на уровне культурных кодов, воспроизводящих традиционные стереотипы мужественности и женственности, характеризующиеся высокой степенью устойчивости. В американских предвыборных практиках позиционирование избирателя является гендерно дифференцированным и конструирует социальную реальность, в которой гендер и идея равенства возможностей более значимы и заметны.

Дискурсивно специфичной формой конструирования гендера являются письма читателей – разновидность предвыборной агитации, целью которой является воздействие на избирателей «голосом» самих избирателей. В них (вос)производятся традиционные патриархатные стереотипы о мужчинах, как сильных, решительных, знающих и т.п., и женщинах, как слабых, неуверенных, нуждающихся в помощи. Культурная «узнаваемость» данных стереотипов воспринимается как «гарантия» подлинности (достоверности) публикуемой точки зрения.

Механизмы конструирования гендера в разных языках обнаруживают как изоморфизм, так и специфику, которая может быть связана с характерологическими особенностями языков и/или с различиями транслируемых ими культурных смыслов. Например, в английском языке женская референция ложных родовых имен (*neighbor = she*) может служить сигналом эгалитарного гендерного самопозиционирования, а в русском использование лексем женского рода («начальница», «бизнесменша») при потенциально возможной и контекстуально уместной метагендерной референции имплицитно негативную оценку. Культурно специфична когнитивная метафора «выборы - роман (с избирателем)», которая характерна для российского предвыборного дискурса и не участвует в создании субъектных позиций и отношений в американских предвыборных практиках. Еще один пример – этнически специфичный концепт мужественности,

который на лексическом уровне актуализируется лексемой «мужик», а не «мужчина».

Конструкты мужественности и женственности в предвыборном дискурсе представляют собой семиотические коллажи, в которых отражаются культурно, социально и исторически детерминированные представления о гендере. Значимыми параметрами дискурсивного конструирования гендера являются тематика текстов, семантика языковых форм и культурная семиотика ролей/качеств/действий, гендерно релевантные инодискурсивные вкрапления (стилизация), агентивность и пр. Дискурсивное построение образа предполагает постоянный «диалог» символических и эмпирических конструктов мужественности и женственности, в котором индивидуальные предпочтения соотносятся с социальными ожиданиями, демонстрируя диалектическое единство изменчивости и устойчивости гендера как культурного конструкта.

По данным проведенного исследования, наиболее типичными дискурсивными маркерами маскулинности в предвыборном дискурсе являются идентифицирующие и оценочные номинации и политические ярлыки, гендерно значимые аллюзии и антитезы, а также эпитеты и предикаты, имплицитные культурно значимые гендерные смыслы. Феномен мужественности как фактор имиджевой стратегии более эксплицитно выражен в американском предвыборном дискурсе, о чем свидетельствует высокая частотность употребления слов *masculine*, *masculinity*, *male* в предвыборных текстах разных регистров.

В американском предвыборном дискурсе четче выражена оппозиция традиционного и нового типов женственности, где первый представляет культурный идеал жены и матери, а второй акцентирует социальную активность, самостоятельность и независимость. Одним из важных инструментов гендерного (само)позиционирования является вербальный стиль, специфика которого связана, в частности, с феноменом агентивности,

актуализирующим гендерно значимые (стереотипные) смыслы объект/субъект, активность/пассивность.

Исследованием установлено, что релевантность информации в предвыборной апологетике и критике имеет гендерное измерение. Акцентуация внешности, эмоций, одежды и пр. может служить инструментом гендерного позиционирования. С учетом этого, введение гендерного параметра в лингвистическое рассмотрение не только полезно, но и необходимо: без него невозможно построение адекватного контекста интерпретации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование показало, что в гендерной лингвистике наиболее отчетливо проявляются четыре принципиальные установки характеризующие состояние дел в современном отечественном языкознании в целом: экспансионизм (размывание границ, расширение пределов, выход в смежные области); антропоцентризм (обращенность к проблеме «человек в языке»); неофункциональность (рассмотрение языка как деятельности, то есть изучение его употребления); экспланаторность (объяснительность) [Кубрякова, 1995: 207].

В диссертационной работе с применением когнитивно-интерпретационного моделирования разработана и обоснована концепция языка как средства конструирования гендера в социальной практике, намечены возможные направления и методы его изучения, показаны способы представления результатов. Языковое конструирование гендера трактуется как когнитивная деятельность имплицитивно-инференционного характера, в основе которой лежит соотнесение языковых форм/сигналов с гендерными представлениями (ассоциациями, стереотипами, идеалами), являющимися частью универсума общих смыслов представителей данной культуры.

В соответствии с поставленной целью и задачами, исследование проводилось в пять этапов, каждому из которых структурно соответствует одна глава.

На первом этапе выявлено, что современное понимание гендера, как конвенционального, относительно независимого от пола идеологического конструкта, и гендерная лингвистика, как научное направление изучающее способы его (вос)производства средствами языка, сформировались в русле постструктуралистской традиции и являются одной из составляющих постмодернистской концепции гуманитарного знания. Становление предметной области «язык и гендер» происходило в контексте общего развития науки о языке и ее эпистемологических поисков. В работе показано,

как складывалась проблематика нового научного направления, его методологические принципы и понятийно-терминологический аппарат. Отражена роль структуралистской, когнитивной и социокультурной традиций в развитии гендерной лингвистики; конкретизированы и адаптированы к лингвистическому материалу ключевые для гендерной теории понятия деконструкции, идентичности, субъективности, позиционирования. Раскрыта важность идеологии и культуры в формировании языковых значений; показано влияние гипотезы лингвистической относительности на формирование содержательных и методологических основ феминистской критики языка. Описаны ментальные механизмы (когнитивные способности), релевантные для изучения языкового конструирования гендера – метафоризация и эмпиризм, концептуальные архетипы, инференция, автоматизм, социальное поведение (стереотипы) и т.д. Раскрыта сущность понимания языка как дискурса, как социальной практики, которая будучи детерминирована социальными структурами одновременно создает и воспроизводит их.

На втором этапе критически осмыслена методология гендерных исследований в лингвистике, вскрыт идеологизированный характер парадигм дефицитности, доминирования и различия, определивших основные направления интерпретации полученных результатов. Обращение к «ранним» исследованиям языка и гендера в диссертационной работе связано с тем, что более глубокое понимание современного состояния научного направления определяется возможностью взглянуть на некоторые из поставленных им задач в историческом контексте.

Установлено, что для большинства исследований 1970 – 80-х гг. характерен эссенциалистский взгляд на гендер как некое имманентное качество, которое естественным образом делит людей на две группы. В рамках парадигм дефицитности, доминирования и различия практически не рассматривался вопрос о том, как взаимодействуют язык, идентичность и социальный контекст. К нему обратились позже ученые, стоящие на позициях

социального конструктивизма и трактующие язык как сферу культурного производства гендерных идентичностей – динамичных, изменчивых продуктов дискурса. Методологически это означало переход от соотнесения языковых форм (слов, фонем, грамматических конструкций) с социальными (гендерными) группами говорящих к изучению того, как индивиды создают гендер в социальной интеракции, представляя себя и других людьми того или иного пола. «Мужские» и «женские» языковые формы, таким образом, отделяются от реальных мужчин и женщин и осознаются как лингвистические ресурсы конструирования гендера в социальной практике.

Внутри социального конструктивизма как широкого концептуального подхода к лингвистическому изучению гендера, имеются частные исследовательские направления с собственными методами и акцентами (дискурс-анализ, вариационистская лингвистика, этнография речи и пр.). Анализ теоретических и методологических принципов современных исследований позволил условно разделить их на две группы, различия между которыми основаны на разном понимании отношений между гендером и языком. В рамках первого подхода язык (гендерно специфичное вербальное поведение) является частью социальной (гендерной) роли, т.е. гендер, как социальная категория, предшествует ее языковому выражению. В рамках второго подхода гендер трактуется как продукт дискурса, т.е. признается, что язык не индексирует гендерную идентичность, а создает (конструирует) ее. Причина этих методологических расхождений связана с различным пониманием отношений между полом и гендером.

Исследование показало, что гендерная лингвистика развивалась в направлении от выделения гендера как компонента идентичности который сам по себе определяет речевое поведение и другие аспекты личности, к признанию того, что гендер всегда действует в комбинации с другими переменными (возраст, статус, этничность и т.п.), то есть к интегративному пониманию и изучению гендера с учетом этих компонентов и конкретных практик его реализации. На современном этапе основными принципами

данного научного направления являются конкретность и комплексность, т.е. изучение вербального поведения мужчин и женщин в конкретных социальных практиках – ситуативных актах, получающих определенную интерпретацию на базе данного контекста. Системность лингвистического описания в этих условиях может быть достигнута в рамках двух моделей: когнитивно-прагматической, позволяющей объяснить механизм (вос)производства гендерных смыслов с точки зрения их порождения и интерпретации, и стилистической, направленной на выявление и описание «поверхностных» языковых составляющих гендерного дисплея – набора семиотических маркеров мужественности и женственности, характерных для того или иного общества и культуры.

Третий этап исследования включал подробное теоретическое обоснование предлагаемых моделей на основе современных лингвистических теорий. В основе первой модели лежит понятие импликатур как информации, требующей интерпретативных усилий слушающего и общих культурных знаний, без которых невозможно понимание. Теоретической базой данной модели являются концепция языковых значений Г.П. Грайса и теория релевантности Д. Шпербера и Д. Уилсон, обосновывающая универсальные (когнитивные) принципы интерпретации высказывания. Вторая модель опирается на тезис Ю.М. Скребнева о количественной неопределенности субъязыков в языке и позволяет обосновать существование наряду со стереотипно постулируемой дихотомией «мужского» и «женского» стилей потенциально открытого числа языковых манифестаций гендера.

В работе раскрыта и обоснована роль ассоциативных механизмов мышления в процессах языкового конструирования гендера; с учетом этого объяснительный потенциал предложенных подходов к его изучению усилен в рамках коннекционистской модели деятельности мозга, которая углубляет представление об инференции, раскрывая механизм создания ассоциативных связей.

Под конструированием гендера в диссертации понимаются не только дискурсивные способы построения идентичности, но и любое (вос)производство гендерных смыслов в дискурсе. Их «узнавание» происходит путем соотнесения языковых моделей, форм и единиц с подвергшимися ментальной обработке данными, хранящимися в энциклопедической памяти в форме оязыковленной системы взаимосвязанных гендерных категорий. Язык играет в этом процессе двоякую роль: (неосознаваемого) фона, фиксирующего гендерные стереотипы, идеалы и ценности посредством аксиологически не нейтральных структур языка, и инструмента, дающего возможность (вос)производства гендерных представлений в дискурсе (социальной практике). Положение о фоновой и инструментальной ролях языка, обоснованное в работе, исходит из триединства языка, речи и мышления в социальном контексте, где мышление служит целям постепенного развертывания индивидуальной способности конструировать внутреннюю «модель» окружающего человека мира, в процессе чего производятся манипуляции с этой моделью, чтобы сделать заключения о развитии мира объективной действительности и установить возможные результаты возможных действий в отношении нее.

Диссертационное исследование выявило многообразие лингвистических средств, составляющих традиционный инструментарий конструирования гендерной идентичности в дискурсе: лексические единицы, грамматические показатели, синтаксические конструкции, метафоры, речевые акты, интонационные контуры и сегментные переменные, просодические коммуникативные средства (значимые паузы, наложение речевых фрагментов/прерывание, ритм, тон, высота и диапазон голоса), а также невербальные параметры – взгляд, поза, выражение лица и т.п. Гендерно значимыми могут быть также тематика текстов, их жанровые и композиционные особенности, семиотика ролей, качеств и действий, инодискурсивные вкрапления, стилизация, агентивность и пр. Индивид использует эти ресурсы (комбинирует, «подгоняет» их) в рамках ограничений,

накладываемых гендерным порядком и коммуникативными нормами данного речевого сообщества.

Одна и та же языковая форма может передавать несколько разных смыслов, которые нередко «выводятся» с учетом пола говорящего. Поскольку всякое понимание согласуется не только с интенцией отправителя, но и с установкой получателя, гендерно релевантные смыслы могут передаваться и непреднамеренно, т.е. восприниматься независимо от того, хотел ли этого говорящий. Смыслообразующая функция гендерной символики языковых форм (знаков) обусловлена ее интертекстуальным характером, реализующимся в создании системы внутри- и внетекстовых связей, определяющих ту культурную традицию, в пределах которой осуществляется интерпретация текста и создается его вертикальный контекст.

Изучение гендера как сложившегося набора поведенческих практик, способов восприятия и репрезентации окружающего мира с позиций когнитивного подхода, проведенное *на четвертом этапе* исследования, позволило глубже раскрыть природу гендерных концептов, их специфику и показать, что роль стереотипов в гендерной категоризации определяется их когнитивным прототипическим статусом. Кроме того источником прототипического эффекта в гендерной категоризации могут служить идеалы, знакомые примеры, эталоны (образцы). Важным теоретическим итогом этого этапа исследования следует считать когнитивное обоснование перформативности гендера как конвенционального идеологического конструкта и описание ментальных моделей организации гендерных знаний.

Когнитивной основой трактовки мужественности и женственности как многомерных, динамичных конструктов, поддающихся социальному манипулированию и моделированию, являются кластерные модели, определяющие набор культурно обусловленных манифестаций гендера в том или ином языке/обществе/культуре.

Важную роль в структурировании знаний о гендере играют пропозициональные схемы – невербальные абстракции, которые могут

создавать (обосновывать) культурные модели и порождать вербальные высказывания, не будучи сами выражены словесно. Значения, задаваемые гендерными пропозициями, не находятся в отношениях семантической близости; их объединяет соотнесенность с единым центром — представлением о мужественности/женственности, характерным для того или иного общества и культуры. Данный способ категоризации репрезентируют радиальные модели, содержащие прототип или центральный член, к которому присоединяются концептуальные цепи, основанные на отношениях расширения, метонимическом и метафорическом переносе. При этом центральные члены категории не существуют вне своих конкретных проявлений – вариантов, что свидетельствует об иллюзорности центральной гендерной идентичности, конституируемой в процессе перформации теми самыми «проявлениями», которые считаются ее результатами.

В диссертации разработана типология асимметричных отношений в гендерной категоризации, описаны и проиллюстрированы материалом разных языков денотативные и коннотативные (ценностные) асимметрии, исторически обусловленные социальным разделением труда и/или сконструированные (коллективным) сознанием. Раскрыта суть феномена «стирания» немаркированной категории (субкатегории по умолчанию) в категориях с ложными родовыми именами и ее слияния с фоновой категорией. Показано, что с когнитивной точки зрения термин «маркированность» используется для описания своего рода прототипического эффекта – асимметрии внутри категории, где один из членов (субкатегорий) является более базовым.

На заключительном, *пятом этапе* исследования, с опорой на сформулированные теоретические принципы и подходы, впервые в отечественном и зарубежном научном описании представлен пример исследовательской процедуры, позволившей установить общие закономерности и конкретные языковые механизмы конструирования гендера в предвыборном дискурсе. Раскрыта роль метафоризации в конструировании политики и выборов как «мужской» сферы. Подчеркнута идея

манипулируемости и моделируемости гендера как дискурсивного конструкта и роль гендерных стереотипов, характеризующихся высокой степенью устойчивости. Показано, что языковое конструирование гендера в данном типе дискурса принимает различные формы, определяемые характером и целями предвыборной борьбы.

Анализ выявил типичные контексты конструирования гендера, интенсивность которого зависит, в частности, от стилистической тональности речи и определяется характером (стратегичностью) текста: передача идей vs формирование отношений; информирование «в чистом виде» vs интерпретирующее информирование и т.п. Лингвистические ресурсы используются в данном процессе как «экспрессивные заготовки» языка, способные путем «встраивания» в структуры знания о мире – прототипы, фреймы (сценарии), являющиеся своего рода концептуальными посредниками между собственно языковым значением и обозначаемой действительностью — актуализировать гендерные представления и связанные с ними ценностные асимметрии.

Анализ дискурсивных практик свидетельствует о том, что конструирование гендерной идентичности предполагает постоянный «диалог» символических и эмпирических конструктов мужественности и женственности, в котором индивидуальные предпочтения соотносятся с социальными ожиданиями, демонстрируя диалектическое единство изменчивости и устойчивости гендера как культурного конструкта. Одним из важных инструментов гендерного (само)позиционирования является вербальный коммуникативный стиль, специфика которого связана, в частности, с феноменом агентивности, актуализирующим гендерно значимые (стереотипные) смыслы объект/субъект, активность/пассивность и пр. Комплексная методика изучения мужественности и женственности на разных этапах исследования позволила получить повторяющиеся результаты, что свидетельствует об их валидности и непротиворечивости.

Диссертационное исследование показало, что *языковое конструирование гендера имеет разные уровни экспликации*. Наиболее очевидным (семантически прозрачным) является номинативный способ — использование гендерно маркированных лексических единиц, содержащих в той или иной форме указание на пол референта. Данный способ редко используется в чистом виде; он, как правило, сопровождается (вос)производством гендерных смыслов в виде контекстуальных импликатур — дискурсивных значений, создаваемых в процессе коммуникации с опорой на гендерные стереотипы, ассоциации, представления. Наименее прозрачным является конструирование гендера, использующее внутривидовые механизмы языка (дискурса), такие как синтаксическая организация предложений, грамматическая форма предикатов (залог, модальность), выборы транзитивности, когнитивные метафоры, стилизация, агентивность и пр. В предвыборном дискурсе имплицитная гендерная информация играет важную роль в языковом манипулировании сознанием — использовании особенностей языка и принципов его употребления с целью скрытого воздействия на адресата в нужном направлении.

Следует подчеркнуть, что деление на номинативный и имплицитный уровни конструирования гендера весьма условно, поскольку в реальности они тесно взаимодействуют, не только дополняя друг друга, но и находясь в отношениях включения, когда, например, гендерное позиционирование читателей осуществляется путем контекстуальных импликаций (культурных кодов) или номинативными средствами. Вместе с тем, данное разграничение представляется полезным, поскольку оно еще раз подчеркивает, что конструирование гендера не ограничивается простым использованием лексических единиц с семой «пол», а представляет собой сложный процесс, протекающий на разных уровнях абстракции.

Дискурсивное конструирование гендера может принимать разные формы и использовать разнообразные языковые ресурсы. Последние либо наделены гендерным (со)значением в системе, либо оно приписывается им в процессе

интерпретации. Конструирование гендера может быть осознанным и неосознанным (автоматическим), носить нормативный и/или манипулятивный характер. Речь может идти (1) о (вос)производстве традиционных гендерных позиций (стремлении соответствовать культурным идеалам, воспринимаемым как «норма»); (2) о создании нового эгалитарного или трансгрессивного образа, бросающего вызов патриархатным гендерным стереотипам; и/или (3) о поддержании «баланса» традиционных и либеральных гендерных представлений в конструировании собственной идентичности и/или оценках идей и действий других лиц.

Конструирование гендера в различных видах социальной практики имеет свою специфику. В предвыборном дискурсе гендер является необходимой частью имидж-проектирования, в рамках которого конструирование мужественности и женственности становится «товаром» предназначенным для определенного потребителя — мужчин и женщин-избирателей, сторонников традиционного распределения гендерных ролей или нового гендерного порядка.

Таким образом, роль языка не ограничивается общением в узком смысле слова (прием-передача информации) или хранением и передачей знаний. Язык строит жизнь общества и является частью этой жизни. Проведенное исследование убедительно показало, что учет гендерного параметра в лингвистическом описании позволяет лучше понимать как язык, так и общество. Его итоги являются вкладом в разработку системного, научно обоснованного комплекса взаимодополняющих методик изучения гендера с помощью понятийного аппарата лингвистики, способствуют углублению представлений о языке как средстве конструирования социальной реальности и укреплению теоретической и методологической базы лингвистической гендерологии, как одного из перспективных и приоритетных направлений антропоориентированного изучения языка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ажгихина, Н. На пути к обретению силы / Н. Ажгихина // Мы (We). Спецвыпуск. 2000г. – http://www.owl.ru/win/info/we_my/2000_sp/05.htm
2. Апресян, Ю.Д. Избранные труды. Том 1. Лексическая семантика / Ю.Д. Апресян. – 2-е изд-е, испр. и доп. – М.: Языки русской культуры, 1995. – 472 с.
3. Апресян, Ю.Д. Образ человека по данным языка: Попытка системного описания / Ю.Д. Апресян // Вопросы языкознания. – 1995. – № 1. – С. 37 – 68.
4. Арнольд, И.В. Проблемы интертекстуальности / И.В. Арнольд // Вестник С-Петербургского ун-та. Сер.2. – 1992. – Вып. 4. – № 23. – С. 53 – 61.
5. Артемова, А.В. Эмоционально-оценочная объективация концепта «женщина» в семантике фразеологических единиц (на материале английской и русской фразеологии): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / А.В. Артемова. – Пятигорск, 2000. – 16 с.
6. Арутюнова, Н.Д. Метафора и дискурс / Н.Д. Арутюнова // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990 (а). – С. 5 – 32 .
7. Арутюнова, Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева.. – М. Изд-во «Советская энциклопедия», 1990 (б). – С. 136 – 137.
8. Арутюнова, Н.Д. Пропозиция / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М. Изд-во «Советская энциклопедия, 1990 (в). – С. 401.
9. Арутюнова Н.Д. Истина: фон и коннотации // Логический анализ языка: Культурные концепты: Сб. науч. трудов ин-та языкознания РАН. – М., 1991. – Вып. 4.– С. 21 – 30.
10. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова. – М.: Школа Языки русской культуры, 1998. – 896 с.

11. Ахманова, О.С., Гюббенет И.В. «Вертикальный контекст» как филологическая проблема // Вопросы языкознания. 1977, № 3. – С. 47 – 54.
12. Афанасьева, Л.А. Организация высказываний с угрозой негативного коммуникативного результата (на материале английского языка): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Л.А. Афанасьева. – Воронеж, 2005. – 23 с.
13. Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка, их личностная и национальная специфика: Автореферат дисс. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / А.П. Бабушкин. – Воронеж, 1998. – 41 с.
14. Бакумова, Е.В. Ролевая структура политического дискурса: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Е.В. Бакумова. – Волгоград, 2002. – 20 с.
15. Балашова, Л.В. Метафора в диахронии (на материале русского языка XI–XX веков) / Л.В. Балашова. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1998. – 216 с.
16. Баранов, А.Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход): Автореферат дисс. ... д-ра филол. наук: 10.02.01; 10.02.19 / А.Н. Баранов. – М., 1990. – 48 с.
17. Баранов, А.Н. Политический дискурс: прощание с ритуалом / А.Н. Баранов // Человек. – 1997. – № 6. – С. 108 – 118.
18. Баранов, А.Н. Метафорические модели как дискурсивные практики / А.Н. Баранов // Известия РАН. Сер. литературы и языка, 2004. – Том 63. – №1. – С. 33 – 43.
19. Баранов, А.Н. Лео Вайсгербер в когнитивной перспективе / А.Н. Баранов, Д.О. Добровольский // Известия АН СССР. Сер. литературы и языка, 1990. – Т. 49. – № 5. – С. 451 – 458.
20. Барон Б. «Закрытое общество»: Существуют ли гендерные различия в

- академической профессиональной коммуникации? / Пер. с нем. М.В. Томской // Гендер и язык / Московский гос. лингвистический ун-т; Лаборатория гендерных исследований. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – С. 511 – 538.
21. Барт, Р. Текстовый анализ / Р. Барт // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1980. – Вып 9: Лингвостилистика / Под ред. В.Н. Попова. – С. 307 – 312.
22. Барчунова, Т.В. Вариации в ж-миноре на темы газеты «Завтра» (женщины в символическом дискурсе националистической прессы / Т.В. Барчунова // Потолок пола: Сборник научных и публицистических статей / Под ред. Т.В. Барчуновой. – Новосибирск: Новосибирский гос. ун-т, Ресурсный Центр гуманитарного образования, 1998. – С. 47 – 91.
23. Белый, А. Вейнингер о поле и характере / А. Белый // Русский Эрос или философия любви в России. – М., 1991. – С. 100 – 105.
24. Бенвенист, Э. Общая лингвистика (пер. с фр.) / Э. Бенвенист. – Благовещенск: Благовещенский гуманитарный колледж им. И.А. Бодуэна де Куртене, 1988. – 362 с.
25. Бердяев, Н.А. Душа России / Н.А. Бердяев // Русская идея / Сост. и авт. вступ. статьи А.А. Маслин. – М.: Республика, 1992 (1915). – С. 296 – 312.
26. Богин, Г.И. Обретение способности понимать: Введение в филологическую герменевтику / Г.И. Богин. – Тверь, 2001. – 731 с.
27. Болдырев, Н.Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии / Н.Н. Болдырев. – Тамбов: Изд-во Тамбовского ун-та, 2001. – 123 с.
28. Борботько, В.Г. Общая теория дискурса. Принципы формирования и смыслопорождения: Дисс. ... д-ра филол. наук: 10.02.01 / В.Г. Борботько. – Краснодар, 1998. – 250 с.
29. Борисова, Е.Г. ИмPLICITная информация на морфологическом уровне.

- Имплицитная информация в лексике / Е.Г. Борисова // Имплицитность в языке и речи / Отв. ред. Е.Г. Борисова, Ю.С. Мартемьянов. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 15 – 42.
30. Борисова, Е.Г. Имплицитная информация в рекламе и пропаганде / Е.Г. Борисова, Ю.К. Пирогова, В.Э. Левит // Имплицитность в языке и речи / Отв. ред. Е.Г. Борисова, Ю.С. Мартемьянов. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 145 – 152.
31. Бочкарев, А.Е. Семантический словарь / А.Е. Бочкарев. – Нижний Новгород: Деком, 2003. – 197 с.
32. Брагина, Н.Г. Имплицитная информация и стереотипы дискурса / Брагина Н.Г. // Имплицитность в языке и речи / Отв. ред. Е.Г. Борисова, Ю.С. Мартемьянов. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 43 – 57.
33. Булыгина, Т.В., Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) / Т.В. Булыгина, А.В. Шмелев. – М.: Языки русской культуры, 1997. – 574 с.
34. Бухаров, В.М. Концепт в лингвистическом аспекте / В.М. Бухаров // Межкультурная коммуникация: Учеб. пособие. – Н. Новгород: Деком, 2001. – С. 74 – 84.
35. Васильев С.А. Уровни понимания текста / С.А. Васильев // Понимание как логико-гносеологическая проблема. – Киев: Наукова думка, 1982. – 91 – 122.
36. Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М.: Русские словари, 1996. – 416 с.
37. Верещагин Е.М. Речевые тактики «призыва к откровенности» / Е.М. Верещагин, Р. Ройтмар, Т. Ройтер // Вопросы языкознания. – 1992. – №6. – С. 82 – 94.
38. Витгенштейн Л. Философские исследования // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс 1985. – Вып.16: Лингвистическая прагматика

/ Общ. ред Е.В. Падучевой. – С. 79 – 129.

39. Водак, Р. Дискурс. Язык. Политика / Р. Водак. – Волгоград: Перемена, 1997. – 139 с.
40. Воркачев, С.Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентричной парадигмы в языкознании / С.Г. Воркачев // Филологические науки, 2001. – № 1. С. 64 – 72.
41. Гадамер, Г. Истина и метод: Основы философской герменевтики. (Пер. с нем.) / Ганс-Георг Гадамер. – М.: Прогресс, 1988. – 699 с.
42. Гак, В.Г. Лексическое значение слова / В.Г. Гак // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – С. 261 – 263.
43. Гендер и язык / Московский гос. лингвистический ун-т; Лаборатория гендерных исследований. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – 624 с.
44. Городникова, М.В. Гендерный фактор и распределение социальных ролей в современном обществе (на материале брачных объявлений) / М.В. Городникова // Гендерный фактор в языке и коммуникации: Сб. науч. трудов. – Вып 446. – М.: МГЛУ, 1999. – С. 36 – 44.
45. Городникова, М.В. Гендер в коммуникативной интеракции / М.В. Городникова // Гендер: Язык. Культура. Коммуникация: Докл. Второй международной конф., Москва 22 – 23 ноября 2001г. – М., 2002. – С. 70 – 77.
46. Горошко, Е. Гендерная проблематика в языкознании / Е.И. Горошко // Введение в гендерные исследования. Часть I.: Уч. пособие / Под ред. И. Жеребкиной. – Харьков: ХЦГИ, 2001; СПб: Алетейя, 2001. – С. 508 – 543.
47. Горошко, Е.И. Особенности мужских и женских вербальных ассоциаций / Е.И. Горошко // Гендер: Язык. Культура. Коммуникация: Доклады. Второй международной конф., Москва 22 – 23 ноября 2001г. – М., 2002. –

С. 77 – 86.

48. Грайс, Г.П. Логика и речевое общение / Г.П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике.– М.: Прогресс, 1985. – Вып. 16: Лингвистическая прагматика. – С. 217 – 237.
49. Григорян А. Состояние и перспективы гендерной лингвистики на Западе в конце XX – начале XXI веков. – Иваново: Ивановский гос. ун-т, 2004. – 292 с.
50. Гриценко, Е.С. Гендер и безопасность в языковой картине мира / Е.С. Гриценко // Гендерные аспекты безопасности в регионах Приволжского Федерального округа: Материалы исслед. проекта / Под ред А.С. Макарычева и О.С. Романовой. – Н. Новгород: Межвуз. центр соц-эк. экспертизы и Женская сетевая программа ИОО, 2003 (а). – С. 67 – 85.
51. Гриценко, Е.С. Гендерные аспекты национальной идентичности в российском предвыборном дискурсе / Е.С. Гриценко // Journal of Eurasian Research. – Winter 2003(б). – Vol 2. – № 1. – P. 71 – 79.
52. Гриценко, Е.С., Лалетина А.О. Семантика и прагматика феминистского словотворчества / Е.С. Гриценко, А.О. Лалетина // Лингвистические основы межкультурной коммуникации: Материалы международной научной конференции 14 – 15 ноября 2003г. – Н.Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2003(в). – С. 63 – 65.
53. Гриценко, Е.С. Гендер и категоризация в социокультурной практике / Е.С. Гриценко // Женщина и мужчина в современном обществе / Под ред. Л.Э. Семеновой. – Н. Новгород: МГЭИ (Нижегородский филиал), 2004(а). – С. 5 – 18.
54. Гриценко Е.С. Пропозициональные модели как способ структурирования знаний о гендере / Е.С. Гриценко // Вестник Воронежского государственного ун-та. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2004(б). – № 2. – С. 45 – 52.

55. Гриценко, Е.С. Гендер, референция и проблема метафорического рода / Е.С. Гриценко // Теория и практика лингвистического описания разговорной речи: Межвуз. сб. науч. трудов. – Н. Новгород, 2004(в). – Вып. 23. – С. 71 – 78.
56. Гриценко, Е.С.. Гендер и этничность: стереотипы восприятия и факторы, влияющие на их формирование // Е.С. Гриценко, Ю.В. Гончаренко // Психолингвистические основы словоупотребления и слововосприятия на уроках иностранного языка: Межвуз. сб. науч. статей. – Н.Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2004 (г). – С. 44 – 53.
57. Гриценко, Е.С. Типология асимметричных отношений в гендерной категоризации / Е.С. Гриценко // Вестник Нижегородского государственного лингвистического ун-та им. Н.А. Добролюбова. – Выпуск 1. – Н.Новгород: НГЛУ, 2005(а). – С. 62 – 70.
58. Гриценко, Е.С. Метафора и гендер в концептуализации выборов / Е.С. Гриценко // Актуальные проблемы коммуникации и культуры: Сб. науч. тр. российских и зарубежных ученых. – Москва-Пятигорск: Пятигорский гос. лингв. ун-т, 2005(б). – Вып. 2. – С. 193 – 197.
59. Гендерные аспекты позиционирования читателя в предвыборном дискурсе / Е.С. Гриценко // Филологические науки. – 2005(в). - № 4. – С. 70 – 76.
60. Гумбольдт, В. фон. Избранные труды по языкознанию (пер. с нем.) / В. фон Гумбольдт. – М.: Прогресс, 1984. – 397 с.
61. Гуссейнова, И.А. О некоторых формах представления гендерного аспекта в коммерческих дескриптивных рекламных текстах / Гуссейнова И.А. // Гендер как интрига познания: Альманах. Пилотный выпуск. Гендерные исследования в лингвистике, литературоведении и теории коммуникации. – М.: Рудомино, 2002. – С. 57 – 66.
62. Гуц, Е.Н. Семантические поля «мужской» и «женский» в языковой

- картине мира подростка / Е.Н. Гуц // Гендер: Язык. Культура. Коммуникация: Докл. Первой международной конф., Москва 26–25 ноября 1999г. – М., 2001. – С. 166 – 173.
63. Двинянинова, Г.С. Комплимент как коммуникативная стратегия и прагматическая тактика в англоязычном дискурсе (гендерный аспект) / Г.С. Двинянинова, И.С. Морозова // Гендер: Язык. Культура. Коммуникация: Докл. Второй международной конф., Москва 22 – 23 ноября 2001г. – М., 2002. – С. 118 – 126.
64. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: Сб. работ. / Т. Ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 310 с.
65. Дейк, Т.А. ван., Кинч В. Стратегии понимания связного текста / Т. Ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1988. – Вып. 23: Когнитивные аспекты языка. – С. 153 – 211.
66. Добровольский, Д.О., Феминистская идеология в гендерных исследованиях и критерии научности / Д.О. Добровольский, А.В. Кирилина // Гендер как интрига познания. – М.: Рудомино, 2000. – С. 19 – 35.
67. Ёсиказу, К., Культурные сценарии комплиментарности в английском и русском языках / Кавагути Ёсиказу, Ю.А. Михайлова, // Теория и практика лингвистического описания разговорной речи: Межвуз. сб. науч. тр. – Н. Новгород: Изд-во НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2003. – Вып 22. – С. 104 – 115.
68. Жельвис, В.И. Стратегия и тактика брани: гендерный аспект проблемы / В.И. Жельвис // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация. Докл. Первой международной. конф., Москва 25 – 26 ноября 1999г. – М., 2001. – С. 180 – 187.
69. Жеребкина, И. Феминизм и психоанализ / И. Жеребкина // Введение в гендерные исследования. Часть I.: Учебное пособие / Под ред И.

- Жеребкиной. – Харьков:ХЦГИ, 2001; СПб: Алетейя, 2001. – С. 346–370.
70. Залевская, А.А. Информационный тезаурус человека как база речемыслительной деятельности / А.А. Залевская // Исследование речевого мышления в психолингвистике. – М., 1985. – С. 150 – 171.
71. Залевская, А.А. Введение в психолингвистику: Учебник для студентов вузов, обучающихся по филологическим специальностям / А.А. Залевская. – М.: РГГУ, 1999. – 382 с.
72. Звегинцев, В.А. Язык и лингвистическая теория / В.А. Звегинцев. – 2-е изд. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 248 с.
73. Здравомыслова, Е. Социальное конструирование гендера: Феминистская теория / Елена Здравомыслова, Анна Темкина // Введение в гендерные исследования. Часть I.: Учеб. Пособие / И. Жеребкина. – Харьков: ХЦГИ, 2001; СПб: Алетейя, 2001. – С. 147 – 174.
74. Зубкова, Л.Г. Язык как форма. Теория и история языкознания: Учебное пособие / Л.Г. Зубкова. – М.: Изд-во РУДН, 2003. – 237 с.
75. Зыкова, И.В. Способы конструирования гендера в английской фразеологии: Учеб. пособие по специальностям направления 620100 «Лингвистика и межкультурная коммуникация» / И.В. Зыкова. – М.: Едиториал, 2003. – 232 с.
76. Иссерс, О.С. Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу / О.С. Иссерс // Вестник Омского ун-та. – 1996. – Вып 1. – С. 71 – 74.
77. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – Омск: ОмГУ 1999.– 285 с.
78. Иссерс, О.С. Проблемы создания «коммуникативного портрета»: гендерный аспект / О.С. Иссерс // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация: Докл. Второй международной конф., Москва 22 – 23 ноября 2001г. – М., 2002. – С. 172 – 178.
79. Каменская, О. Л. Текст и коммуникация: Учебное пособие для

- институтов и факультетов иностранных языков. – М.: Высшая школа, 1990. – 152 с.
80. Каменская, О.Л. Теория языковой личности – инструмент гендергетики/ О.Л. Каменская // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация: Докл. Второй международной конф., Москва 22 – 23 ноября 2001г. – М., 2002. – С. 184 – 196.
81. Кандиоти, Д. Эволюция гендерных исследований. Обзор / Д. Кандиоти // Женщины и социальная политика (гендерный аспект). – М., ИСЭПН, 1992. – С. 156 – 163.
82. Карасик, В.И. Культурные доминанты в языке / В.И. Карасик // Языковая личность: культурные концепты. – Волгоград – Архангельск, 1996. – С. 3 – 15.
83. Карасик В.И. Модельная личность как лингвокультурный концепт / В.И. Карасик // Филология и культура: Материалы Третьей международной науч. конф., Тамбов 16 – 18 мая 2001г.: В 3 ч. / Отв. ред. Н.Н. Болдырев. – Тамбов, 2001. Ч.2. – С. 98 – 101.
84. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Москва: Гнозис, 2004. – 390 с.
85. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М.: Наука, 1987. – 261 с.
86. Кирилина, А.В. Гендер: Лингвистические аспекты / А.В. Кирилина. – М.: Изд-во «Институт социологии РАН», 1999. – 189 с.
87. Кирилина, А.В. Гендерные аспекты массовой коммуникации / А.В. Кирилина // Гендер как интрига познания: Сборник статей / Сост. А.В. Кирилина. – М., 2000(а). – С. 47 – 80.
88. Кирилина, А.В. Гендерные аспекты языка и коммуникации: Дисс. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 / А.В. Кирилина. – М., 2000 (б). – 369 с.
89. Кирилина, А.В. Гендерные исследования в отечественной лингвистике:

- проблемы, связанные с бурным развитием / А.В. Кирилина // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация: Докл. Второй международной конф., Москва 22 – 23 ноября 2001г. – М., 2002. – С. 5 – 14.
90. Кирилина, А.В. Семантика личных имен: гендерный аспект / А.В. Кирилина // Аксиологическая лингвистика: проблемы изучения культурных концептов и этноспецифики / Под ред. Н.А. Красавского. – Волгоград, 2002. – С. 153 – 141.
91. Кирилина, А.В. Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений / А.В. Кирилина. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2004. – 252 с.
92. Клингсайдс, К. Акты гендерной идентификации на стыках дискурсов: русско-австрийский опыт / Катарина Клингсайдс // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация: Докл. Второй международной конф. 22 – 23 ноября 2001г. – М. 2002. – С. 189 – 196.
93. Когнитивная семантика: Материалы Второй международной Школы-семинара по когнитивной лингвистике, 11 – 12 сентября 2000г.: в 2 ч. / Отв. ред. Н.Н. Болдырев. – Тамбов: Изд-во Тамбов. ун-та, 2000.
94. Колесникова, М.С. Методологические проблемы лексикографического анализа в гендерных исследованиях / М.С. Колесникова // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация: Докл. Второй международной конф., Москва 22–23 ноября 2001г. – М., 2002. – С. 207 – 215.
95. Колесникова М.С. Диалог культур в лексикографии: феномен лингвострановедческого словаря / М.С. Колесникова. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2002. – 392 с.
96. Колесов В.В. Концепт культуры: образ – понятие – символ / В.В. Колесов // Вестник С.- Петербург. ун-та. Сер. 2. – 1992. – Вып. 3. № 16. – С. 30 – 40.

97. Колосова, О.Н. Когнитивные основания языковых категорий (на материале современного английского языка): Дисс. ... д-ра филол. наук. 10.02.04 / О.Н. Колосова. – М., 1996. – 325 с.
98. Коновалова, С.А. Гендерная специфика выражения предикативных отношений в тексте русской народной волшебной сказки: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. 10.02.19 / С.А. Коновалова. – М., 2005. – 26 с.
99. Красных В.В. От концепта к тексту и обратно / В.В. Красных // Вестник Московского ун-та. Сер 9. Филология. – 1998. - № 1. – С. 53 – 71.
100. Красных, В.В. Этнопсихология и лингвокультурология: Курс лекций / В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.
101. Крейдлин, Г.Е. Просодика, семантика и прагматика невербального коммуникативного поведения: жесты, позы и знаковые телодвижения женщин и мужчин / Г.Е. Крейдлин // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация: Докл. Второй международной конф., Москва 22–23 ноября 2001г. – М., 2002. – С. 14 – 25.
102. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков. Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина / Под общ. Ред. Е.С. Кубряковой. – М.: Филол. ф-т Моск. гос. ун-та, 1996. – 245 с.
103. Крюкова, Н.Ф. Метафоризация и метафоричность как параметры рефлексивного действия при продукции и рецепции текста: Дисс. ... д-ра филол. наук. 10.02.19 / Н.Ф. Крюкова. – Тверь, 2000. – 288 с.
104. Кубрякова, Е.С. Обеспечение речевой деятельности и проблема внутреннего лексикона / Е.С. Кубрякова // Человеческий фактор в языке: язык и порождение речи. – М.: Наука, 1991. – С. 82 – 140.
105. Кубрякова, Е.С. Проблемы представления знаний в современной науке и роль лингвистики в решении этих проблем / Е.С. Кубрякова // Язык и структуры представления знаний: Сб. научно-аналит. обзоров. – М., 1992. – С. 4 – 38.

106. Кубрякова Е.С. Начальные этапы становления когнитивизма. Лингвистика – психология – когнитивная наука / Е.С. Кубрякова // Вопросы языкознания. – М., 1994. – № 4. – С. 34 – 37.
107. Кульдеева, Г.И. Тематический анализ личных имен казахов г. Кызыл-Орда и его окрестностей / Г.И. Кульдеева. – Казань, 1993. – 20 с. – Деп. в ИНИОН Рос. акад. наук. 14.03.94; № 49014.
108. Лакан, Ж. Стадия зеркала и ее роль в формировании функции «я» / Ж. Лакан // Инстанция буквы или судьба разума после Фрейда. – М.: Логос, 1997. – С. 7–14.
109. Ланкур-Лаферьер, Д. Россия и русские глазами американского психоаналитика: в поисках национальной идентичности / Д. Ланкур-Лаферьер Д. – Москва: Ладомир, 2003. – 286 с.
110. Логический анализ языка: Культурные концепты: Сб. науч. тр. Ин-та языкознания РАН. – Вып. 4. – М.: Наука, 1991. – 197 с.
111. Лотман, Ю.М. Об искусстве / Ю.М. Лотман. – СПб: Искусство, 1998. – 702 с.
112. Макаров, М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М.: Гонзис, 2003. – 280 с.
113. Марков А.П. Аксиологические и антропологические ресурсы национально-культурной идентичности: Автореф. дисс. ... д-ра культурологии: 24.00.01./ А.П. Марков. – СПб, 2000. – 40 с.
114. Матурана, У. Биология познания / У. Матурана // Язык и интеллект: Сб. статей / Под ред. В.В. Петрова. – М., 1996. – С. 95 – 142.
115. Муханов, И.Л. Имплицитные смыслы как составная часть семантико-прагматического потенциала высказывания / И.Л. Муханов // Имплицитность в языке и речи / Отв. ред. Е.Г. Борисова, Ю.С. Мартемьянов. – М.: Языки русской культуры, 1999. – с. 81 – 88.
116. Никитин, М.В. Лексическое значение слова (Структура и

- комбинаторика): Учеб. пособие для пед. ин-тов по спец. «Иностранный язык» / М.В. Никитин – М.: Высшая школа, 1983. – 127 с.
117. Никитин М.В. Курс лингвистической семантики: Учебное пособие для студентов, аспирантов и преподавателей лингвистических дисциплин в школах, колледжах и вузах / М.В. Никитин – СПб: Научный центр проблем диалога, 1997. – 760 р.
118. Нишанов, В.К. Феномен понимания: когнитивный аспект / В.К.Нишанов – Фрунзе: Илим, 1990.
119. Ольшанский И.Г. Тексты брачных объявлений как источник гендерной самоидентификации / И.Г. Ольшанский // Гендер: Язык, культура, Коммуникация: Докл. Второй международной конф. 22-23 ноября 2001г. – М., 2002. – С. 243 – 248.
120. Остин, Дж. Слово как действие / Дж. Остин // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1986. – Вып. 16: Теория речевых актов / Общ. Ред. Б.Ю. Городецкого. – С. 22 – 131.
121. Павиленис, Р.И. Проблема смысла: Современный логико-философский анализ языка / Р.И. Павиленис. – М.: Мысль, 1983. – 117 с.
122. Петрова, С.Н. Когнитивная парадигма и семантика понимания / С.Н. Петрова // Мышление, когнитивные науки, искусственный интеллект. – М., 1988. – С. 119 – 130.
123. Письман, Л. Журналы для дам / Л. Письман // Женщина плюс: Социально-просветительский журнал. – 1997. – № 2. – С. 25 – 27.
124. Попова З.Д. К методологии лингво-когнитивного анализа / З.Д. Попова, И.А. Стернин // Филология и культура: Материалы III Междунар. науч. конф., 16 – 18 мая 2001г.: в 3 ч. / Отв. Ред. Н.Н. Болдырев. – Тамбов, 2001. – Ч. 2. – С. 19 – 22.
125. Попова, З.Д. Очерки по когнитивной лингвистике /З.Д. Попова, И.А. Стернин – Воронеж: Истоки, 2001. – 192 с.

126. Потапов, В.В. Современное состояние гендерных исследований в англоязычных странах / В.В. Потапов // Гендер как интрига познания: Альманах. Пилотный выпуск. – Москва: Рудомино 2002. – 94 – 118.
127. Потапов, В.В. К опыту пересмотра гендерного признака в лингвистике (на материале английского языка) / В.В. Потапов // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация: Докл. Первой международной конф., Москва 25–26 ноября 1999г. – М., 2001. – С. 289 – 302.
128. Потапова, Р.К. Сексолект как объект исследования в криминалистике / Р.К. Потапова // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация: Докл. Первой международной конф., Москва 25–26 ноября 1999г. – М., 2001. – С. 302 – 313.
129. Растье, Ф. Интерпретирующая семантика (Пер. с франц.) /Ф. Растье – Нижний Новгород: Деком, 2001. – 367 с.
130. Рогова К.А. О смысловой глубине текста // Материалы XXVII межвуз. науч.-метод. конф. преподавателей и аспирантов. – С-Петербургск. гос. ун-т. – СПб, 1998. – Вып. 12: Секция стилистики русского языка. – Ч. 1, – С. 27 – 32.
131. Рябов, О.В. «Матушка-Русь» в немецкой историософии: к вопросу о гендерном аспекте межкультурной коммуникации / О.В. Рябов // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация: Докл. Первой международной конф., Москва 25–26 ноября 1999г. – М., 2001. – С. 47 – 61.
132. Рябов, О.В. Гендерные аспекты межкультурной коммуникации: социально-философский анализ / О.В. Рябов // Гендер как интрига познания: Альманах. – М.: Рудомино, 2002. – С.37 – 47.
133. Савенкова, Л.Б. Русская паремиология: семантический и лингвокультурологический аспекты / Л.Б. Савенкова. – Ростов-на-Дону: Изд-во Рост. ун-та, 2002. – 239 с.
134. Савкина, И.Л. Идентичность и модели женственности в дневнике «приживалки» (Елисавета Попова. Из московской жизни сороковых годов) / И.Л. Савкина // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация: Докл.

- Второй международной конф. 22–23 ноября 2001г. – М., 2002. – С. 274 – 280.
135. Сергеева Е.В. Проблема интерпретации термина «концепт» в современной лингвистике // Русистика: Лингвистическая парадигма конца XX в. – СПб, 1998. – 126 – 129.
136. Сергеева, М.В. Гендерные асимметрии и стереотипы в иллюстративных контекстах словарей / М.В. Сергеева // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация. Материалы Третьей международной конф., Москва 27–28 ноября 2003г. – М., 2003. – С. 95 – 96.
137. Сепир, Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии (пер. с англ.) / Э. Сепир – М.: Прогресс: Изд. группа "Универс". – 1993 – 654 с.
138. Скребнев, Ю.М. Основы стилистики английского языка / Ю.М. Скребнев – М. : Высш. школа, 1994. – 238 с.
139. Слышкин, Г.Г. От текста к символу / Г.Г. Слышкин. – М., 2000. – 128 с.
140. Слышкин, Г.Г. Гендерная концептосфера современного русского анекдота / Г.Г. Слышкин // Гендер как интрига познания: Гендерные исследования в лингвистике, литературоведении и теории коммуникации: Альманах. – М., 2002. – С. 66 – 73.
141. Соссюр, Ф. Курс общей лингвистики /Ф. де Соссюр – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та , 1999 – 425 с.
142. Степанов, Ю.С. Понятие / Ю.С. Степанов // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева.– М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 385 с.
143. Степанов, Ю.С. Язык и метод: К современной философии языка / Ю.С. Степанов. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 784 с.
144. Степанов, Ю.С. Константы. Словарь русской культуры: Опыт исследования / Ю.С. Степанов. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Академический проект, 2001.– 990 с.
145. Стернин, И.А. Концепты и лакуны / И.А. Стернин // Перевод и межкультурная коммуникация: Материалы научной конференции

- «Лингвистические основы межкультурной коммуникации». Секция «Перевод и межкультурная коммуникации» 14–15 ноября 2003г. – Н. Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 2003. – С. 158 – 170.
146. Стернин И.А. Общение между мужчинами и женщинами. – Воронеж, 2002. – 34 с.
147. Столнейкер, Р.С. Прагматика / Р.С. Столнейкер // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1985. – Вып. 16: Лингвистическая прагматика. – С. 419–438.
148. Стросон, П.Ф. Намерение и конвенция в речевых актах / П.Ф. Стросон // Новое в лингвистике. – М.: Прогресс, 1986. Выпуск XVII – С. 131–151.
149. Табурова, С.К. Эмоции в речи депутатов бундестага: мужские и женские предпочтения / С.К. Табурова // Гендер как интрига познания: Сб. статей / Сост. А.В. Кирилина. – М.: Рудомино, 2000. – С. 186 – 191.
150. Телия, В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В.Н. Телия – М.: Языки русской культуры, 1996.– 288 с.
151. Тимофеев, И. Временник Ивана Тимофеева / И. Тимофеев / Пер. и комментарий О.А. Державиной, ред. В.П. Адрианова-Перетц.– М.-Л.: АН СССР, 1951. – С. 155– 333.
152. Томская, М.В. Гендерная характеристика социальной рекламы (Вербальные и невербальные компоненты) / М.В. Томская // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация: Докл. Второй международной конф., Москва 22-23 ноября 2001. г. – М., 2002. – С. 294 – 300.
153. Трофимова, Е.И. Терминологические вопросы в гендерных исследованиях / Е.И. Трофимова // Гендер: Язык. Культура. Коммуникация: Докл. Второй международной конф., Москва 22 – 23 ноября 2001г. – М., 2002. – С. 41 – 55.
154. Трубченинова, А.А. Механизмы актуализации гендерных стереотипов в газетном спортивном дискурсе (на материале немецкой прессы) / А.А. Трубченинова. – Гендер: Язык, Культура, Коммуникация: Материалы

- Третьей международной конф., Москва 27–28 ноября 2003г.– М., 2003. – С. 110 – 112.
155. Уфимцева, Н.В. Русские: опыт еще одного самопознания / Н.В. Уфимцева // Этнокультурная специфика языкового сознания: Сб. ст./ Н.В. Уфимцева. – М.: Ин-т языкознания РАН, 1996. – С. 139 –162.
156. Ушакин, С. «Человек рода он»: знаки отсутствия / С. Ушакин // О муже(N)ственности: Сб. статей. – М.: Новое литературное обозрение, 2002. – С. 479 – 503.
157. Ушакова, Т.Н. Слово в действии: Интент-анализ политического дискурса / Т.Н. Ушакова, Н.Д. Павлова. – СПб. : Алетейя , 2000 – 314 с.
158. Фатыхова, Ф.Ф. Гендерный аспект возрастных категорий в башкирском языке / Ф.Ф. Фатыхова // Гендер: Язык. Культура. Коммуникация: Докл. Первой международной конф., Москва 26–25 ноября 1999г. – М., 2001. – С. 347 – 351.
159. Фесенко Т.А. Этноментальный мир человека: Опыт концептуального моделирования: Автореф. дис... д-ра филол. наук: 10.02.19 / Т.А. Фесенко. М., 1999. – 52 с.
160. Фесенко, Т.А. К проблеме объективации и моделирования ментальных репрезентаций / Т.А. Фесенко // Психолингвистические основы словоупотребления и слововосприятия на уроках иностранного языка: Межвуз. сб. науч. ст. – Н. Новгород, 2004. – С. 8 – 19.
161. Фролкина, Л.В. Речевые традиции и этикет / Л.В. Фролкина // Имплицитность в языке и речи / Отв. ред. Е.Г. Борисова, Ю.С. Мартемьянов. – М.: Языки русской культуры, 1999. – С. 108 – 115.
162. Фрумкина, Р.М. Концептуальный анализ с точки зрения лингвиста и психолога (концепт, категория, прототип) // Научно-техническая информация. Сер. 2: Информационные процессы и системы. – 1992. – № 3. – С. 1 – 19.
163. Фрумкина, Р.М. «Теории среднего уровня» в современной лингвистике / Р.М. Фрумкина // Вопросы языкознания. – 1996. – № 2. – С. 55 – 67.

164. Фрумкина, Р.М. Культурологическая семантика в ракурсе эпистемологии / Р.М. Фрумкина // Изв. РАН. Сер. лит. и яз. – 1999. – Т. 58. – 1. – С. 3 – 10.
165. Фуко, М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности: Сборник / М. Фуко – М.: Магистериум: Изд. дом «Касталь», 1996 – 446 с.
166. Халеева, И.И. Гендер как интрига познания / И.И. Халеева // Гендерный фактор в языке и коммуникации.– Иваново, 1999.– С. 5–9.
167. Шаховский, В.И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка / В.И. Шаховский – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та , 1987 – 190 с.
168. Шебланова, В. Женщины-террористки в интерпретативных моделях СМИ: дискурс-анализ материалов о теракте на мюзикле «Норд-Ост» / В. Шебланова, Е. Ярская-Смирнова // Гендерные аспекты безопасности в регионах Приволжского Федерального округа: Материалы исследовательского проекта / Под ред. А.С. Макарычева и О.С. Романовой. – Н-Новгород: Центр соц.-эк. экспертизы и Женская сетевая программа ИОО, 2003. – С. 85 – 100.
169. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса: Монография. / Е.И. Шейгал – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
170. Шмелев, Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики (на материале русского языка) / Д.Н. Шмелев – М. Наука, 1973. – 280 с.
171. Щедровицкий, Г.П. Смысл и значение / Г.П. Щедровицкий // Проблемы семантики. – М., 1974. – С. 76 – 111.
172. Ченки, А. Современные когнитивные подходы к семантике: сходства и различия в теориях и целях /А. Ченки // Вопросы языкознания № 2, 1996. – С. 68 – 78.
173. Чернявская, В.Е. Дискурс как объект лингвистических исследований / В.Е. Чернявская // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса: Сб. науч. тр. – СПб: Изд-во С-Петербур. ун-та экономики и финансов, 2001. – С. 11 – 22.

174. Althusser, L. *Essays on Ideology* / L. Althusser – London: Verso, 1993. 179 p.
175. Ariel, M. *Female and male stereotypes in Israeli literature and media: Evidence from introductory patterns* / M. Ariel // *Language and Communication*. – 1988. – 8(1). – P. 43 – 68.
176. Aries, E. *Interaction patterns and themes of male. Female and mixed groups* / E. Aries // *Small Group Behavior*. – 1976. – № 7. – P. 7 – 18.
177. Aries, E. *Close friendship in adulthood; conversational content between same-sex friends* / E. Aries, Johnson F. // *Sex Roles*. 1983. 9. P. 1185–1196.
178. Banaji, M. *Implicit Gender Stereotyping in Judgements of Fame* / M. Banaji and A. Greenwald / M. Banaji, Greenwald A. // *Journal of Personality and Social Psychology*, 1995, Vol. 68, No 2. – 181 – 198.
179. Banaji, M., *Automatic Stereotyping* / M. Banaji, C. Hardin C. // *Psychological Science*. – 1996. – Vol. 7. – No 3. – P. 136 – 141.
180. Barthes, R. *Mythologies* / R. Barthes – New York: Hill and Wang, 1995 (1972). – 158 p.
181. Batsleer, J. *Rewriting English: Cultural Politics of Gender and Class* / J. Batsleer, I. Davies, R. O'Rourke and C. Weendon / Batsleer Janet. – Routledge Kegan and Paul, 1986. – 188 p.
182. Berton, D. *Through glass darkly: Through dark glasses* / D. Berton // *The Stylistics Reader: From Roman Jakobson to the Present* / Weber J.J. – Arnold: London, New York, Sydney, Auckland, 1996. – P. 224 – 241.
183. Bell, A. *Style as audience design* / A. Bell // *Sociolinguistics: A Reader and Coursebook* / Coupland N., Javorski A. – London: McMillan, 1997. – P. 240 – 247.
184. Bing, J. *Penguins can't fly and women don't count: language and thought* / J. Bing // *Women and Language*. – 1992. – No 14. – P. 11 – 14.
185. Black, M. *Linguistic, social and sexual relations: A review of Dale Spender's «Man Made Language»* / M. Black, R. Coward R. // *The Feminist Critique of Language: A Reader* / D. Cameron . – Routledge: London, New York, 1998. – P. 100 – 119.

186. Blaker, R.M. How sex roles are represented, reflected and conserved in the Norwegian language /R.M. Blaker // *Acta Sociologica*. – 1975. – № 18. – P. 162–173.
187. Bodine, A. Androcentrism in prescriptive grammar: Singular “they”, sex-indefinite “he” and “he or she” /A. Bodine // *The Feminist Critique of Language: A Reader* / Cameron D. (ed.). – London, New York: Routledge, 1998. – P. 119 – 124.
188. Bourdieu, P. *Outline of a Theory of Practice* / P. Bourdieu – Cambridge: Cambridge University Press, 1993. – 248 p.
189. Bourdieu, P. The economics of linguistic exchanges / P. Bourdieu. *Social Science Information*. – 1977. – № 16 (6). – P. 82 – 83
190. Brown, P. How and why are women more polite: some evidence from a Mayan Community /P.Brown // *Women and Language in Literature and Society* / McConnel-Ginet S., Borker R., Furman N. – New York: Praeger, 1980. P. 111 – 136.
191. Boxer, D. Social distance and speech behavior: The case of indirect complaints /D. Boxer // *Journal of Pragmatics*. – 1993. – № 19. – P. 103 – 125.
192. Brown, P. *Politeness: Some Universals of Language Usage* /P. Brown, S. Levinson – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – 345 p.
193. Bucholtz, M. Geek the girl: language, femininity and female nerds / M. Bucholtz // *Gender and Belief Systems: Proceedings of Berkeley Women and Language Conference* / Warner N, Ahlers J., Bilmes L., Oliver M., Wertheim S., and Chen M. – Berkeley: Berkeley Women and Language Group, 1996. – P. 119–131
194. Bucholtz, M. Theories of Discourse as Theories of Gender: Discourse Analysis in Language and Gender Studies / Mary Bucholtz // *The Handbook of Language and Gender* / J. Holmes and M. Meyerhoff. – Blackwell Publishing, 2003 – P. 43 – 69.
195. Butler, J. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity* / J. Butler – New York and London: Routledge, 1990. – 172 p.

196. Cameron, D. Lakoff in context: the social and linguistic functions of tag-question / D. Cameron, F. McAlinden, K. O'Leary // *Women in their Speech Communities: New Perspectives on Language and Sex*. – London: Longman, 1988. – P. 74 – 93.
197. Cameron, D. *Feminism and Linguistic Theory* / D. Cameron. – McMillan Press Ltd., 1992. – 247 p.
198. Cameron, D. The language and gender interface: challenging cooptation / D. Cameron // *Rethinking Language and Gender Research: Theory and Practice* / Bergval V., Bing J., Freed A. – London and New York: London, 1996. – P. 31 – 53.
199. Cameron, D. *Theoretical Debates in Feminist Linguistics* / D. Cameron // *Gender and Discourse* / R. Wodak. – SAGE Publications, 1997. – P. 21 – 36.
200. Cameron, D. *Gender, Language and Discourse: A Review Essay* / D. Cameron // *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 1998. – Vol. 23. - № 4. – P. 945 – 971.
201. Cameron, D. Styling the worker: Gender and the commodification of language in the globalized service economy / D. Cameron // *Journal of Sociolinguistics*. – 2000. – № 4/3. – P. 323 – 347.
202. De Certeau, M. *The Practice of Everyday Life* / M. De Certeau – Berkeley: University of California Press, 1984. – 229 p.
203. Chametzky, R. Pragmatics, prediction and relevance / R. Chametzky // *Journal of Pragmatics*. – 1992. – № 17. – 63 – 72.
204. Cheshire, J. Present tense verbs in Reading English / J. Cheshire // *Sociolinguistics Patterns in British English* / P. Trudgill. – London: Edward Arnold. – 1978. – P. 52 – 68.
205. Clark, K. The Linguistics of Blame: Representations of Women in the Sun's reporting of Crime and Sexual Violence / K. Clark // *The Feminist Critique of Language: A Reader* / Cameron D. – London, New York: Routledge, 1998. – P. 183 – 197.

206. Coates, J. Gossip revisited: Language in all-female groups / J. Coates // Women in Their Speech Communities: New Perspectives on Language and Sex / Coates J., Cameron D. – London and New York: Longman, 1988. – P. 94 – 121.
207. Coates, J. Women in their Speech Communities: New perspectives on Language and Sex. / J. Coates , Cameron D. – London, 1988. – 191 p.
208. Coates, J. Women Talk: Conversation between Women Friends / J. Coates – Oxford: Blackwell, 1996. – 324 p.
209. Coates, J. Women, Men and Language: A sociolinguistic account of gender differences in communication / J. Coates – Harlow England, New York: Longman, 2004. – 254 p.
210. Code, L. Encyclopedia of Feminist Theories / L. Code – Routledge, 2000. – 529 p.
211. Connell, R. Masculinities / R. Connell – Berkeley: University of California Press, 1996. – 295 p.
212. Crawford, M. Talking Difference: On Gender and Language / M. Crawford – London, Thousand Oaks and New Delhi: SAGE Publications, 1995. – 207 p.
213. Christie, C. Gender and Language: Towards a Feminist Pragmatics /C. Christie – Edinburgh: Edinburgh University Press, 2000. – 202 p.
214. Crouch, I. The question of tag-questions in women's speech: they don't really use more of them, don't they / B.L. Dubois, I. Crouch I. // Language in Society. – 1975. – № 4. – P. 289 – 94.
215. Daly, M. Gyn/Ecology: The Metaethics of Radical Feminism / M. Daly – Beacon Press: Boston, 1978. – 484 p.
216. De Fransisco, V. The sounds of silence: how men silence women in marital relations / V. de Fransisco // Discourse and Society, 1991. – № 2(4). P. 413 – 424.
217. Derrida, J. Of grammatology (trans. G.C. Spivak) / J. Derrida. – Baltimore: John Hopkins University Press, 1997. – 360 p.

218. Deuchar, M. A pragmatic account of women's use of standard speech / M. Deuchar // *Women in their Speech Communities* / Coates J., Cameron D. (eds). – Longman: London 1989. – P. 27 – 32.
219. Eakins, B. *Sex Differences in Human Communication* / B. Eakins, R.G. Eakins. – Boston: Houghton Mifflin Company, Boston. – 1978. – 217 p.
220. Eckert, P. *Communities of Practice: Where language, gender and power all live* / P. Eckert, S. McConnell-Ginet // *Locating Power: Proceedings on the Second Berkeley Women and Language Conference* / Hall K., Bucholtz M., Moonwomon B. – Berkeley: Berkeley Women and Language Group. 1992(a). – P. 89 – 99.
221. Eckert, P. *Think Practically and Look Locally: Language and Gender as Community-Based Practice* / P. Eckert, S. McConnell-Ginet // *Annual Review of Anthropology*. – 1992(b). – № 21. – P. 461– 490.
222. Eckert, P. *Vowels and nailpolish: The emergence of linguistics style in the preadolescent heterosexual marketplace* / P. Eckert // *Gender and Belief Systems: Proceedings of the Fourth Berkeley Women and Language Conference* / Warner N., Ahlers J., Blimes L., Oliver M., Wertheim S., Chen M. – Berkeley: Berkeley Women and Language Group, 1996. – P. 183 – 190.
223. Eckert, P. *Language and Gender* / P. Eckert, S. McConnell-Ginet. – Cambridge University Press, 2003. – 366 p.
224. Edelsky C. *Creating inequality: Breaking the rules in debates* / C. Edelsky, K. Adams // *Journal of Language and Social Psychology*. – 1990. – № 9. – P. 171 – 190.
225. Eggins, S. *Difference Without Diversity: Semantic Orientation and Ideology in Competing Women's Magazines* / S. Eggins, R. Iedema // *Gender and Discourse* / Ruth Wodak. – SAGE Publications, 1997. – P. 165 – 184.
226. Fairclough, N. *Language and Power* / Norman Fairclough. – London and New York: Longman, 1989. – 259 p.
227. Fay, E. *Eminent Rhetoric: Language, Gender and Cultural Tropes* / E. Fay. – Westport, Connecticut; London: Bergin and Carvey. – 1994. – 156 p.

228. Fetterley, J. *The Resisting Reader* / J. Fetterley – Bloomington: Indiana University Press, 1978. – 198 p.
229. Fillmore, Ch. *Topics in Lexical Semantics* / Ch. Fillmore/ *Current Issues in Linguistics* / Roger W. Cole. – Bloomington: Indiana University Press, 1975. – P. 76 – 138.
230. Fillmore, Ch. *Some Thought on the Boundaries and Components of Linguistics* / Ch. Fillmore // *Talking Minds: The Study of Language in Cognitive Sciences* / Bever T., Carrol J. and Miller L. – Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1984. – P. 73–108.
231. Finke, R. *Principles of Mental Imagery* / R. Finke. – Cambridge, Mass: MIT Press, 1989. – 179 p.
232. Fishman, P. *Interaction: The work women do* / P. Fishman // *Social Problems*, 1978. – № 24. – P. 397 – 406.
233. Fishman, P. *Conversational insecurity* / P. Fishman // *The Feminist Critique of Language: A Reader* / Cameron D. – Longman: London 1998. – P. 253 – 260.
234. Footitt, H. *Women, Europe and the New Languages of Politics* / H. Footitt – London, New York: Continuum, 2002. – 192 p.
235. Foucault, M. *The Archaeology of Knowledge and the Discourse on Language* / M. Foucault – New York: Pantheon Books, 1972. – 245 p.
236. Foucault, M. *The Order of Things: An archeology of human sciences* / M. Foucault. – Routledge:– London and New York (repr.), 2002. – 422 p.
237. Hall, K. *Lip service on the fantasy line* / K. Hall // *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self* / Hall K. Bucholtz M. – New York and London: Oxford University Press, 1995. – P. 186 – 216.
238. Hall, K., O'Donovan V. *Shifting gender positions among Hindi-speaking hijras* / K. Hall // *Rethinking Language and Gender Research: Theory and Practice* / Bergval V., Bing J., Freed A. – London and New York: Longman, 1996. – P. 228 – 266.

239. Halliday, M.A.K. Notes on transitivity and theme in English (part 1) / M.A.K. Halliday // *Journal of Linguistics*. – 1967. – № 3. – P. 37 – 81;
240. Halliday, M.A.K. Notes on transitivity and theme in English (part 2) / M.A.K. Halliday // *Journal of Linguistics*. – 1968. – № 4. – P. 179–215.
241. Halliday, M.A.K. Language structure and language function / M.A.K. Halliday // *New Horizons in Linguistics* / Lyons J. – Harmondsworth: Penguin, 1970. – P. 140 – 165.
242. Halliday, M.A.K. Language as social semiotic / M.A.K. Halliday – Baltimore: University of Park Press, 1978. – 256 p.
243. Halliday, M.A.K. Linguistic function and literary styles: An inquiry into the language of William Golding's «The Inheritors» / M.A.K. Halliday // *The Stylistics Reader: From Roman Jakobson to the Present* / Weber J.J. – Arnold: London, New York, Sydney, Auckland, 1996. – P. 56 – 86.
244. Hardman, M.J. The Sexist Circuit of English / M.J. Hardman // *The Humanist*. March – April 1996. – Vol 56. – № 2. – P. 25–32.
245. Hartman, M. A descriptive study of the language of men and women born in Maine around 1900 as it reflects the Lakoff hypotheses in «Language and Woman's Place» / M.A. Hartman // *The Sociology of the Languages of American Women* / Dubois B., Crouch E. – San Antonio, Texas: Trinity University. – 1976. – P. 81 – 90.
246. Heilman, Madeline E. Has anything changed? Current characteristics of men, women and managers / Madeline E. Heilman // *Journal of Applied Psychology*. – 1989. – № 79(6). – P. 935 – 42.
247. Herbert, R. K. Sex-based differences in compliment behavior / R.K. Herbert // *Journal of Pragmatics*. 14 – 1990. – № 2. – 193 – 218.
248. Hirschauer, St. Dekonstruktion und Rekonstruktion. Plädoyer für die Erforschung des Bekannten / St. Hirschauer // *Feministische Studien*, 1993.– № 2.– S. 55–68.
249. Holmes, J. Hedging, fencing and other conversational gambits: an analysis of gender differences in New Zealand speech /J. Holmes // *Women and Language*

- in Australian and New Zealand Society / Pauwels A. – Australian Professional Publications, Sydney. 1987. – P. 59 – 79.
250. Holmes, J. Compliments and Compliment Responding in New Zealand English / J. Holmes // *Anthropological Linguistics*. – 1986. – № 24.4. – P. 485 – 508.
251. Holmes, J. Paying Compliments: a sex-preferential positive politeness strategy / J. Holmes // *Journal of Pragmatics*. – 1989. – № 12. – P. 445 – 465.
252. Holmes, J. Women's Talk: The Question of Sociolinguistic Universals / J. Holmes // *Australian Journal of Communication*. – 1993. – 20(3). – P. 125 – 49.
253. Holmes, J. Women, Men and Politeness / J. Holmes. – London: Longman, 1995. – 254 p.
254. Hymes, D. Models of the Interaction of Language and Social Life / D. Hymes // *Directions in Sociolinguistics: The Ethnography of Communication* / Gumperz J. and Hymes D. – New York: Holt, Rinehart and Winston, 1972. – P. 35 – 71.
255. Gamble, S. The Icon Critical Dictionary of Feminism and Postfeminism / Sara Gamble. – Icon Books, 1999. – 370 p.
256. Gibbs, R.W. The Poetics of Mind: Figurative Through, Language and Understanding / R.W. Gibbs – Cambridge: Cambridge University Press, 1994. – 527 p.
257. Gal, S. The boundaries of languages and disciplines: how ideologies construct difference / S. Gal, J. Irving // *Social Research*. – 1995. – № 62. – P. 967–1001.
258. Goffman, E. Strategic Interaction / E. Goffman – New York: Ballantine Books, 1969. – 186 p.
259. Goffman, E. Footing // *Semiotica* / E. Goffman – 1979. – № 25. – P. 1–29.
260. Goffman, E. The interaction order / E. Goffman // *American Sociological Review*. – 1983. – Vol 48. – p.1–17.
261. Goffman, E. Gender Advertisements / E. Goffman – New York: Harper Row, 1986. – 84 p.

262. Goffman, E. *Frame analysis: an essay of the origin of experience* / E. Goffman – Boston: Northeastern University Press, 1986. – 586 p.
263. Goodwin, M. *Directive-response speech sequences in girls' and boys' task activities* / M. Goodwin // *Women and Language in Literature and Society* / McConnel-Ginet S., Borker R., Henley N. – New York: Praeger, 1980. – P. 157 – 173.
264. Goodwin, M. *He-said, she-said: formal cultural procedures for the construction of a gossip dispute activity* / M. Goodwin // *American Ethnologist*. – 1982. – № 7(4). – P. 674–95
265. Gorayska, B. *The Roots of Relevance* / B.Gorayska, R. Lindsay // *Journal of Pragmatics*. – 1993. – № 19. – P. 301 – 323.
266. Grice, P. *Studies in the Way of Words* / P. Grice – Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1989. – 394 p.
267. Grimsley, K.D. *Service with a forced smile: Safeway's courtesy campaign also elicit some frowns* / K.D. Grimsley // *The Washington Post*. – 1998. – 18 October.
268. Gritsenko E., Boxer, D. *What's in a (sur)name?: Women, marriage, identity and power across cultures* / Elena Gritsenko, Diana Boxer // *Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация*. – 2005. – № 2. – С. 32 – 47.
269. Gumperz, J. *Dialect and conversational inference in urban communication* /J. Gumperz // *Language in Society*. – 1978. –№ 7(3). – P. 393 – 409.
270. Gumperz, J. *Language and Social Identity* /J. Gumperz – Cambridge: Cambridge University Press, 1982. – 272 p.
271. James, D., Clark, S. *Women, men and interruptions* / D. James, S. Clark // *Gender and Conversational Interaction* / Tannen D. – New York: Oxford University Press, 1993. – P. 231–280.
272. Janssen-Jurreit, M. *Sexism: the male monopoly of history and through* / M. Janssen-Jurreit – Pluto, 1982. – 376 p.

273. Jespersen, O. *The Woman / O. Espersen // The Feminist Critique of Language: A Reader / O. Jespersen* – Routledge: London, New York, 1998. – P. 225 – 241.
274. Jones, D. *Gossip: Notes on women's oral culture / D. Jones // The Voices and Words of Women and Men / Krameræe Ch.* – Oxford: Pergamon Press, 1980. – P. 193 – 198.
275. Johnson-Laird, P.N. *Mental Models: Towards a Cognitive Science of Language, Inference and Consciousness / P.N. Johnson-Laird* – Cambridge, Mass.: Harvard University Press; England: Cambridge University Press, 1983. – 513 p.
276. Johnstone, B. *Gender, politeness and discourse management in same-sex and cross-sex opinion-poll interviews / B. Johnstone, K. Ferrara, M. Bean // Journal of Pragmatics.* – 1992. – № 18. – P. 405 – 430.
277. Kendal, Sh. *Language in the workplace / Sh. Kendal, D. Tannen // Gender and Discourse / R. Wodak.* – Thousand Oaks, New Dehli: SAGE Publications. – 1997. – P 81 – 105.
278. De Klerk, V. *The Role of Expletives in the Construction of Masculinity / V. de Klerk // Language and Masculinity / Johnson S., Meinhoff U.* – Oxford: Blackwell Publishers, 1997. – P. 144 – 158.
279. Khosroshahi, F. *Penguins don't care, but women do: a social identity analysis of a Whorfian problem / F. Khosroshahi // Language in Society, 1989.* – № 18. – P. 505 – 525.
280. Kiesling, S. *Power and the Language of Men / S. Kiesling // Language and Masculinity / Johnson S., Meinhoff U.* – Oxford: Blackwell Publishers, 1997.– P. 65–85.
281. Kimmel, M. *Manhood in America: A Cultural History / M. Kimmel* – New York: The Free Press, 1996. – 544 p.
282. Komarovskiy, M. *Functional Analysis of Sex Roles / M. Komarovskiy // American Sociological Review.* – 1950. – № 15. – P. 508 – 516.

283. Kotthoff, H. Die Geschlechter in der Gesprächsforschung. Hierarchien, Theorien, Ideologien / H. Kotthoff // Der Deutschunterricht, 1996. – № 1. – S. 9–15.
284. Kotthoff, H. New Perspectives on Gender Studies in Discourse Analysis / H. Kotthoff // Гендер: Язык, Культура, Коммуникация: Докл. Первой международной конф., Москва 25-26 ноября. – М., 2001. – С. 11 – 32.
285. Kramarae, C. Women and Men Speaking: Fundamentals for Analysis / C. Kramarae – Rowley, Mass.: Newbury House 1981. – 193 p.
286. Labov, W. Variation in Language / W. Labov // The Learning of Language. National Council of Teachers of English / Carrol E. Reed. – New York, 1971. – P. 187–221.
287. Labov, W. The intersection of sex and social class in the cause of linguistic change / W. Labov // The Sociolinguistics Reader: Gender and Discourse / J. Cheshire, P. Trudgill. – London, 1998. – Vol. 2. – P. 7–52.
288. Lakoff, G. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – The University of Chicago Press: Chicago and London, 1980. – 242 p.
289. Lakoff, G. Women, Fire and Dangerous Things / G. Lakoff – Chicago: The University of Chicago Press. 1987. – 614 p.
290. Lakoff, G. Metaphors and War: The Metaphor System Used to Justify the War in the Gulf / G. Lakoff // Thirty Years of Linguistic Evolution: Studies in Honor of René Dirven on the Occasion of His Sixtieth Birthday / Martin Pütz. – Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1992. – P. 463 – 481.
291. Lakoff, R. Language and Women's Place / R. Lakoff – New York: Harper and Row, 1975. – 83 p.
292. Lakoff, R. The way we were; or, The real actual truth about generative semantics: A memoir / R. Lakoff // Journal of Pragmatics. – 1989. – № 13. – P. 939–88.
293. Lakoff, R. “Why can't a woman be less like a man?” / R. Lakoff // Talking Power: The Politics of Language / R. Lakoff. – San Fransisco: Basic Books, 1990. – 324 p.

294. Lakoff, R. *The Language War* / R. Lakoff – University of California Press, 2000. – 322 p.
295. Langacker, R. *Foundations of Cognitive Grammar. Vol. 1: Theoretical prerequisites* / R. Langacker. – Stanford: Stanford University Press, 1987. – 504 p.
296. Langacker, R. *Grammar and Conceptualization* / R. Langacker – Berlin: Mouton de Gruyter, 1999. – 427 p.
297. Langacker, R. *A view of linguistic semantics* / Rudska-Ostyn B. *Topics in Cognitive Linguistics* / R. Langacker – Amsterdam. Benjamins, 1988. – P. 49 – 90.
298. *Language and Masculinity* / S. Johnson, U.N.Meinhoff. – Cambridge, Mass.: Blackwell Publishers, 1997. – 244 p.
299. Lapadat, J. *Male versus female codes in informal contexts* / J. Lapadat, M. Seesahai // *Sociolinguistics Newsletter*. – 1977. – № 8. – P. 7– 8.
300. Lee, D. *Competing Discourses. Language and Ideology* / D. Lee. – Essex England, New York: Longman, 1992. – 210 p.
301. Leet-Pellegrini, H. *Conversational dominance as a function of gender and expertise* / H. Leet- Pellegrini // *Language: Social Psychological Perspectives* / Giles H.R., Peters W., Smith P.M. – Pergamon Press, Oxford, 1980. – P. 97 – 104.
302. Lemm, K. *Unconscious beliefs and attitudes about gender* / K.Lemm, M.R. Banaji // *Wahrnehmung und Herstellung von Geschlecht (perceiving and performing gender)* / Pasero U. and Braun F. – Oplage: Vestdutscher Verlag 1999. – P. 215 – 233.
303. Lemm, K. *Gender Picture Priming: It Works with Denotative and Connotative Primes* / K.Lemm, M. Dabady, M.R. Banaji. – <http://www.people.fas.harvard.edu/~banaji/research/articles/>.
304. Levinson, S. *Pragmatics* / S. Levinson. – Cambridge: Cambridge University Press, 1983. – 420 p.

305. Litosseliti, Lia. The Discursive Construction of Morality and Gender in Argumentation / L. Litosseliti // Gendered Practices in Language / Benor S. et.al. – Stanford, California: CLSI Publications. – P. 45 – 65.
306. MacCabe, C. Realism and Cinema: Notes on some Brechtian Thesis / C. MacCabe // Popular TV and Film / Bennet T., Boyt-Bowman S., Mercer C., Woollacott J. – London: Open University British Film Institute. – 1981. – P. 216 – 235.
307. Maltz, D. A Cultural Approach to Male-Female Miscommunication / D. Maltz., Borker R. // Language and Social Identity. – Cambridge, Cambridge University Press, 1982. – P. 195–216.
308. Macaulay, R. The myth of female superiority in language / R. Macaulay // Journal of Child Language. 1978. – № 5. – P. 353 – 363.
309. Mandler, J. How to build a baby: II Conceptual Primitives / J. Mandler / Psychological Review. – 1992. – № 99. – 587 – 604.
310. Matieu, Nicole-Claude. Sexual, sexed and sex-class identities: three ways of conceptualizing sex and gender / Nicole-Claude Matieu // Sex in Question: French Material Feminism / Diana Leonard, Lisa Atkins. – London: Taylor and Francis, 1996. – 216 p.
311. McConnel-Ginet, S. The sexual (re)production of meaning: A discourse based approach / S. McConnel-Ginet // The Feminist Critique of Language: A Reader / Cameron D. – Routledge: London and New York, 1998. – P. 198 – 210.
312. McElhinny, B. Challenging hegemonic masculinities: female and male police officers handling domestic violence / B. McElhinny // Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self / Hall K. Bucholtz M. – New York and London: Oxford University Press, 1995. – P. 217 – 244.
313. McElhinny, B. Theorizing Gender in Sociolinguistics and Linguistic Anthropology / B. McElhinny // The Handbook of Language and Gender / J. Holmes and M. Meyerhoff (eds). – Blackwell Publishing, 2003. – P. 21 – 43.

314. McClelland, J.L. The appeal of parallel distributed processing / J.L. McClelland, D.E. Rumelhart, G.E. Hinton // PDP Research Group. Parallel Distributed Processing: Explorations into the Microstructure of Cognition. – Cambridge, MA, 1986. – Vol 1. – P. 3 – 44.
315. Mey, J. Pragmatics: An Introduction / J. Mey – Oxford: Blackwell, 1993. – 357 p.
316. Mills, S. Negotiating discourses of femininity / S. Mills // Journal of Gender Studies. – 1992. – 1(3) May. – P. 271–285.
317. Mills, S. Feminist Stylistics / S. Mills – London: Routledge, 1995. – 230 p.
318. Mills, S. Knowing your place: A Marxist feminist stylistic analysis / S. Mills // The Stylistics Reader: From Roman Jakobson to the Present / Weber J.J. – Arnold: London, New York, Sydney, Auckland, 1996. – P. 241 – 259.
319. Mills, S. Discourse / S. Mills – New York: Routledge, 1997. – 177 p.
320. Milroy, J. Belfast: Change and variation in an urban vernacular / J. Milroy, L. Milroy // Sociolinguistics Patterns in British English / Trudgill P. – Edward Arnold, London. – 1978. – P. 19 – 36.
321. Minsky, M. A Framework for Representing Knowledge / M. Minsky // The Psychology of Computer Vision / Winston P.H.– New York. McGraw-Hill, 1975. – 282 p.
322. Montgomery, M. DJ Talk / M. Montgomery // Media Culture and Society. – 1986. – № 8. – P. 421 – 440.
323. Nichols, P. Linguistic options and choices for black women in the rural South / P. Nichols // Language, Gender and Society / Thorne B., Kramera Ch., Henley N. – Rowley Mass.: Newbury House Publishers, 1983. – P. 54 – 68.
324. Nosek, B. Math = Male, Me = Female, Therefore Math ≠ Me / B. Nosek, M. Banaji // Journal of Personality and Social Psychology. – 2002. – Vol 83. – № 1. – P. 44 – 59.
325. O'Barr, W. «Women's language» or «powerless language»? / W. O'Barr, B. Atkins // Women and Language in Literature and Society / McConnel-Ginet S. et al. – New York: Praeger, 1980. – P. 93–110.

326. Ochs, E. Norm-makers, norm-breakers: uses of speech by women in a Malagasy community / E. Ochs // *Explorations in the Ethnography of Speaking* / Bauman R., Sherzer J. – Cambridge: Cambridge University Press, 1975.
327. Ochs, E. Indexing gender / E. Ochs // *Sex and Gender Hierarchies* / Miller B.D. – Cambridge: Cambridge University Press, 1993. – P. 146 – 169.
328. Ochs, E. The “Father Knows Best” Dynamic in Dinner Time Narratives / E. Ochs, C. Taylor // *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self* / Hall K. Bucholtz M. – New York and London: Oxford University Press, 1995. – P. 97 – 120.
329. Okamoto, Sh. “Tasteless” Japanese: less “feminine” Speech Among Young Japanese Women / Sh. Okamoto // *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self* / Hall K. Bucholtz M. – New York and London: Oxford University Press, 1995. – P. 297 – 328.
330. Putnam, H. *Mind, Language and Reality* / H. Putnam – Cambridge: Cambridge University Press, 1975. – 457 p.
331. Palmer, G. *Toward a Theory of Cultural Linguistics* / G. Palmer – University of Texas Press: Austin, 1996. – 348 p.
332. Parsons, T. *Family, Socialization and Interaction Process* / T. Parsons, R. Bales – London: Routledge, 1956. – 422 p.
333. Paivio, A. *Mental Representations. A dual coding approach* / A. Paivio – Oxford: Oxford University Press, 1986. – 422 p.
334. Pauwels, A. *Women Changing Language* / A. Pauwels – Longman, 1998. – 267 p.
335. Philips, S. The Power of gender ideologies in discourse / S. Philips // *The Handbook of Language and Gender* / Holmes J. and Meyerhoff M. – Blackwell Publishing, 2003 – P. 252 – 277.
336. Pollack, W.S. *Deconstructing Dis-Identification: Returning Psychoanalytic Concepts of Male Development* / W.S. Pollack // *Psychoanalysis and Psychotherapy*, 1995. – № 12. – P. 30 – 45.

337. Pujolar, J. *Masculinities in a Multilingual Setting* / J. Pujolar // *Language and Masculinity* / Johnson S., Meinhoff U. – Oxford: Blackwell Publishers, 1997 – P. 86–107.
338. Pujolar, J. *Gender, Heteroglossia and Power: a Sociolinguistic Study of Youth Culture* / J. Pujolar – Berlin, New York: Mouton de Gruyter 2001. – p. 352.
339. Quin, N. *Commitment in American Marriage: A Cultural Analysis* / N. Quin // *Directions in Cognitive Anthropology* / Dougherty J. W. – Champaign: University of Illinois Press, 1985. – P. 291 – 320.
340. Quin, N. *Convergent Evidence for a Cultural Model of American Marriage* / N. Quin // *Cultural Models in Language and Thought* / Holland D. Quin N. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – P. 173– 192.
341. Quin, N. *The Cultural Basis of Metaphor* / N. Quin // *Beyond Metaphor: the Theory of Tropes in Anthropology* / Fernandez J.W. – Stanford: Stanford University Press, 1991. – P. 56 – 93.
342. Penelope (Stanley) Julia. *Gender marking in American English: Usage and reference* / J. Penelope (Stanley) // *Sexism and Language* / Nilsen A.P., Bosmajian H., Gershuny H.L. and Stanley Julia P. – Urbana: National Council of Teachers of English, 1977. – P. 43 – 74.
343. Philips S.U. *The Power of Gender Ideologies in Discourse* / Susan U. Philips // *A Handbook of Language and Gender* / Holmes J., Meyerhoff M. – Blackwell Publishing, 2003. – P.252 – 277.
344. Rampton, B. *Crossing: Language and Ethnicity Among Adolescents* / B. Rampton / Ben Rampton. – London, New York: Longman, 1995. – 384 p.
345. *Reinventing Gender Identities: The Gendered Self in Discourse* / M. Bucholtz, A.C. Liang, L. Sutton.– New York: Oxford University Press 1999. – 431 p.
346. Rodham Clinton H. *Living History* / H. Rodham Clinton. – Headline Book Publishers: London, 2004. – 754 p.

347. Romaine, S. *Communicating Gender* / S. Romaine. – New Jersey, London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1999. – 406 p.
348. Romaine, S. *Variation in Language and Gender* / S. Romaine // *A Handbook of Language and Gender* / Holmes J., Meyerhoff M. – Blackwell Publishing, 2003. – P. 98 – 119.
349. Rosch, E. *Prototype Classification and Logical Classification: The Two Systems* / E. Rosch // *New Trends in Cognitive Representation: Challenges to Piaget's Theory* / Sholnik E. – Hillsdale N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1981. – P. 73 – 86.
350. Rumelhart, D.E. *The architecture of mind: A connectionist approach* / D.E. Rumelhart // *Foundations of cognitive science*. – Cambridge (Mass.), 1989. – P. 133–159.
351. Sattel, J. *Men, inexpressiveness and power* / J. Sattel // *Language, Gender and Society* / Thorne B., Kramarae C., Henley N. – Cambridge, MA: Newbury House, 1983. – P. 119 – 124.
352. Sabatini, A. *Occupational titles in Italian: changing the sexist usage* / A. Sabatini // *Sprachwandel und feministische Sprachpolitik: Internationale perspectiven* / Hellinger M. – Oplagen: Westdeutscher Verlag, 1985. – P. 64 – 75.
353. Scholes, R. *Semiotics and Interpretation* / R. Scholes – New Haven, CT: Yale University Press, 1982. – 61 p.
354. Shein, V. *The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics* / V. Shein // *Journal of Applied Psychology*. – 1973. – № 57 (2). – P. 95 – 100.
355. Shein, V. *The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics among female managers* / V. Shein // *Journal of Applied Psychology*. – 1975. – № 60(3). – P. 340 – 344.
356. Shein, V. *The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics among college students* / V. Shein // *Sex Roles*. – 1989. – 20 (1/2). – P. 103–110.

357. Smith, J. Women in charge: politeness and directives in the speech of Japanese women / Janet Smith (Shibamoto) // *Language and Society*. – 1992. – № 21. – P. 59–82.
358. Spender, D. *Man Made Language* / D. Spender. – 2nd edition. – London: Pandora, 1994. – 250 p.
359. Spender, D. Extracts from *Man Made Language* / D. Spender // *The Feminist Critique of Language: A Reader* / Cameron D. – 2nd edition. – Routledge: London and New York, 1998. – P. 93 – 99.
360. Sperber, D. *Relevance: communication and cognition* / D. Sperber, D. Wilson. – Cambridge Mass.: Harvard University Press, 1986. – 279 p.
361. Sperber, D. *Precis of Relevance: Communication and Cognition* / D. Sperber, D. Wilson // *Behavioral and Brain Sciences*. – 1987. – № 10. – P. 697 – 754.
362. Sperber, D. *Relevance: Communication and Cognition* / D. Sperber, Wilson D. – 2nd edition. – Cambridge, Mass: Blackwell Publishers, 1995. – 326 p.
363. Sunaoshi, Y. Mild directives work effectively: Japanese women in command / Y. Sunaoshi // *Cultural performances: Proceedings of the Third Berkeley Women and Language Conference* / Bucholtz M., Liang A.C., Sutton L. Hines C. – Berkeley: Berkeley Women and Language Group, 1994. – P. 678 – 690.
364. Sutton, L.A. Bitches and Skunkly Hobags: The Place of Women in Contemporary Slang / L.A.Sutton // *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self* / Hall K., Bucholtz M. – Routledge: New York and London. 1995. – P. 279–297.
365. Talbot, M. A synthetic sisterhood: false friends in a teenage magazine / M. Talbot // *Gender Articulated: Language and the Socially Constructed Self* / Hall K., Bucholtz M. – New York and London: Oxford University Press, 1995. – P. 143 – 165.
366. Talbot, M. Randy Fish Boss Branded a “Stinker”: Coherence and the Construction of Masculinities in a British Tabloid Newspaper / M. Talbot // *Language and Masculinity* / Johnson S. and Meinhof U.H. – Oxford: Blackwell. – P. 173 – 187.

367. Talbot, M. *Language and Gender: an Introduction* / M. Talbot. –Cambridge: Polity Press, 1998. – 257 p.
368. Tannen, D. *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation* / D. Tannen – New York: William Morrow, 1990. – 319 p.
369. Tannen, D. *The relativity of linguistic strategies; rethinking power and solidarity in gender and dominance* / D. Tannen // *Gender and Discourse*. – Oxford: Oxford University Press, 1994. – P. 19 – 52.
370. Taylor, John R. *Cognitive Grammar* / J.R.Taylor – Oxford: Oxford University Press, 2002. – 620 p.
371. *The Handbook of Language and Gender* / Janet Holmes, Meriam Meyerhoff. – Blackwell Publishing, 2005. – 759 p.
372. *The Handbook of Sociolinguistics* / Florian Columas. – Blackwell Publishers, 1997. – 531 p.
373. Thomas, B. *Differences of sex and sects: linguistic variation and social networks in a Welsh mining village* / B.Thomas // *Women in Their Speech Communities* / Coates J., Cameron D. – Longman: London. – 1989. – P. 51 – 60.
374. Treichler, P. *Guidelines for non-sexist usage* / P. Treichler, F. Frank // *Language, Gender and Professional Writing: Theoretical Approaches and Guidelines for Non-Sexist Usage* / Frank F., Treichler P. – New York: Modern Language Association, 1989. – P. 137 – 278.
375. Turner, J.H.A. *Theory of Social Interaction* /Turner J.H. –California: Stanford University Press, 1988. – 225 p.
376. Uchida, A. *When “difference” is “dominance”: A critique of the “anti-power-based” cultural approach to sex differences* / A. Uchida // *The Feminist Critique of Language: A Reader* / Cameron D. – 2nd edition. – Routledge, 1998. – P. 280 – 294.
377. Van Dijk, T. *Social cognition, social power and social discourse* / T. Van Dijk // – 1988. – Text 9 (1/2). – P. 129 – 157.

378. Van Dijk, T. Principles of critical discourse analysis / T. Van Dijk // Discourse and Society 1993. – № 4(2). – P. 249 – 283.
379. Van Dijk, T. Discourse, power and access / T. Van Dijk // Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis / Carmen Rosa Caldas-Coultard and Malcolm Coultard. – London: Routledge 1996. – P. 84 – 104.
380. Wareing, Shan. What do we know about language and gender?: Paper presented at eleventh sociolinguistics symposium / S. Wareing – Cardiff, 1996. September 5–7.
381. Weigel, S. Topographien der Geschlechter: Kulturgeschichtliche Studien zur Literatur / S. Weigel – Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuchverlag, 1990. – 285 s.
382. West, C. When the doctor is a “lady”: power, status and gender in physician-patient encounters / C. West // Symbolic Interaction. – 1984. – № 7. – P. 87 – 106.
383. West, C. Doing gender / C. West, D. Zimmerman // Gender and Society. – 1987. – № 1. – P. 125–151.
384. West C. Gender in Discourse / Candace West, Michelle M. Lazar, Cheris Kramarae // Discourse as Social Interaction / Dijk, T.A. van. – London: Sage, 1997. – P. 119 – 143.
385. Wodak, R. Language, Power and Ideology: Studies in Political Discourse / R.Wodak – Amsterdam: John Benjamins, 1989. – 288 p.
386. Wodak, R. Critical Discourse Analysis at the End of the 20th Century / R.Wodak // Research on Language and Social Interaction. – 1999. – № 32 (1–2). – P. 185–193.
387. Wittgenstein, L. Philosophical Investigations / L.Wittgenstein. – New York: Macmilan, 1953. – № 1. – P. 66–71.
388. Zimmerman, D. Sex roles, interruptions and silences in conversation / D. Zimmerman, C. West // Language and Sex: Difference and Dominance / Thorne B., Henley N. – Newbury House, Powley, Massachusetts, 1975. – P. 105 – 29.

СПИСОК СЛОВАРЕЙ

1. Краткий словарь когнитивных терминов / Под ред. Е.С. Кубряковой. – М., 1996. – 242 с. (сокр. КСКТ)
2. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 282 с. (сокр. ЛЭС)
3. Русский ассоциативный словарь (РАС) / Под ред. Ю.Н. Караулова, Ю.А. Сорокина, Е.Ф. Тарасова, Н.В. Уфимцевой, Г.А. Черкасова.- М., 1994 - 1996.
4. Словарь русского языка / Под ред. С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой.- М., 1991.- 917 с.
5. Словарь гендерных терминов / Под ред. А.А. Денисовой. – М.: Информация – XXI век, 202. – 256 с.
6. Толковый словарь русского языка конца XX века: Языковые изменения / Е.Ю. Ваулина, Т.И. Гайкович, А.В. Зеленин и др.; РАН, Ин-т лингвистических исследований. – СПб: Фолио-Пресс, 1998. – 700с.
7. Учебный словарь сочетаемости слов русского языка / Под ред. П.Н. Денисова и В.В. Морковкина.- М.: Русский язык, 1978.
8. Oxford Advanced Learners' Dictionary of Current English / A.S. Hornby. – Oxford University Press, 1974. – 1056 p.
9. Longman Dictionary of Contemporary English. Third Edition with New Words supplement. – Longman, 2001. – 1668 p.
10. Webster' Encyclopedic Unabridged Dictionary of the English Language. – Randon House: New York – Toronto – London – Sydney – Auckland, 1996. – 2230 p.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ФАКТИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛАПечатные СМИ

1. «Известия» (май 2003 – март 2004)
2. «Российская газета» (май 2003 – март 2004)
3. «Ведомости» (сентябрь 2003 – март 2004)
4. «Коммерсант» (октябрь 2003 – март 2004)
5. «Совершенно секретно» (сентябрь 2003 – март 2004)

6. «Версия» (ноябрь 2003 – апрель 2004)
7. «Московский комсомолец» (январь 2004 – май 2004)
8. «Комсомольская правда» (сентябрь 2003 – апрель 2004)
9. «Аргументы и факты» (ноябрь 2003 – май 2004)
10. «Жизнь» (январь – март 2004)
11. «Биржа» (август – октябрь 2002; декабрь 2003 – апрель 2004)
12. Нижегородский рабочий (июнь – октябрь 2002)
13. Нижегородские новости (июнь – октябрь 2002)
14. Новое время (июнь – октябрь 2002)
15. Новое дело (июнь – октябрь 2002)
16. Нижегородский вариант (июнь – октябрь 2002)
17. The New York Times (январь 2004 – ноябрь 2004) <http://www.nytimes.com/>
18. The Washington Post (январь 2004 – ноябрь 2004) <http://www.washingtonpost.com/>
19. International Herald Tribune (июнь – август 2004) <http://www.ihl.com/>
20. Dallas Morning News (август – ноябрь 2004) <http://www.dallasnews.com/>
21. Newsweek (январь 2004 – ноябрь 2004) <http://www.msnbc.msn.com/id/3032542/site/newsweek/>

Ток-шоу и телепрограммы

22. «Культурная революция», телеканал «Культура» <http://www.tvkultura.ru/page.html?cid=1138>
23. «К барьеру», телеканал НТВ <http://promo.ntv.ru/programs/publicistics/barier/index.jsp>
24. «Вести», телеканал «Россия» <http://www.vesti.ru/>

Интернет-ресурсы

25. Предвыборный сайт В. Путина <http://www.putin2004.ru/>
25. Официальный сайт И. Хакамады <http://www.hakamada.ru/>
26. Официальный сайт С. Глазьева <http://glazev.ru/>
27. Официальный сайт С. Миронова <http://www.mironov.ru/>
26. Официальный предвыборный сайт Дж. Буша <http://www.georgewbush.com/>

28. Официальный предвыборный сайт Дж. Кэрри <http://www.johnkerry.com/>
29. Сайт Комиссии по президентским дебатам
<http://www.debates.org/pages/trans2004a.html>
30. Материалы сайта национального съезда Демократической партии США в Бостоне (2004г) <http://www.2004dnc.com/>
31. Материалы сайта национального съезда Республиканской партии в Нью Йорке (2004г.) <http://www.2004nycgop.org/>
32. Материалы сайта Института перспективной политики, Санкт-Петербург
<http://www.spbipp.ru/>