

Нера Н.Я.¹

Стратегія хеджування у гендерному аспекті невластне-прямого мовлення

¹ Нера Наталя Ярославівна, асистент кафедри англійської філології, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

Анотація. У статті досліджено стратегію хеджування у гендерному аспекті невластне-прямого мовлення. Ми розрізняємо чоловічий та жіночий комунікативні стилі спілкування та виділяємо їх особливості. Інструментом аналізу даної стратегії є "теорія ввічливості". Було визначено та проаналізовано дві функції хеджингу: епістемічна (позитивна ввічливість) та афектна (негативна ввічливість) на матеріалі жіночих романів. Кількісний аналіз досліджуваного матеріалу показує різні форми лінгвістичного хеджування як у чоловічому, так у жіночому невластне-прямому мовленні і дозволяє нам підтвердити, що комунікативна стратегія хеджування більш притаманна персонажам –жінкам (56%), ніж чоловікам (44%).

Ключові слова: стратегія хеджування (епістемічна модальність), невластне-пряме мовлення, фемінний, маскулінний, дискурс, ввічливість.

Лінгвістична стратегія хеджування стала об'єктом дослідження багатьох науковців, а особливо тих, хто вивчав проблему взаємодії гендеру та дискурсу (Р. Лакофф, Д. Таннен, Р. Водак, Дж. Вуд). Ще в 1975 році Робін Лакофф у своїй праці "Language and Woman's Place", зазначила хеджингову стратегію як одну з основних особливостей жіночого мовлення, розглядаючи її як вираз поваги. Холмс (1986, 1998) асоціювала хеджинг з безсиллям, саме вона стверджувала, що хеджування більш характерне для мови жінок, ніж чоловіків [10:122-128].

Наша мета – узагальнити наукові дані про гендерні відмінності комунікативних стилів (фемінних і маскулінних осіб), простежити наскільки притаманна жінкам-авторкам стратегія хеджування в художньому дискурсі. Новизна роботи полягає в тому, що вперше ця стратегія розглядається під компаративним кутом зору базового та імітованого стилю у невластне-прямому мовленні (далі - НПМ) в романах В. Вулф "Mrs Dalloway", "To the Lighthouse", "Between the acts" та М. Сінклер "The Helpmate".

За Р.Г. Потаповою, базовий стиль, пов'язаний з приналежністю суб'єкта мови до початкової фізіологічної статі і характеризується набором специфічних мовних ознак, в той час як імітований стиль – використання у мові ознак, властивих протилежній статі, шляхом природного наслідування або ситуативно-обумовленої імітації [4, 302-313]. Автором висловлювань виступає жінка, яка втілює у мовленні персонажів свої гендерні особливості.

Слід підкреслити значимість опозиції автороповідач для нашого дослідження: автором аналізованих творів є жінка – носій базового гендерного стилю, в той час як оповідачем, від імені якого ведеться розповідь, може бути чоловік, мова якого репрезентує імітований гендерний стиль [3, 57; 80].

Дж.Т. Вуд наголошує на тому, що багато в чому жінки та чоловіки мають різні погляди на

цілі та стратегії спілкування. Існує думка, що чоловіки і жінки живуть у двох різних світах, і це помітно через те, якими відмінними є їх спілкування. Саме тому ми можемо говорити про "чоловічі" та "жіночі" стилі спілкування, що включають в себе два протилежні мовленнєві об'єднання [16, 138].

Ще Дебора Таннен наголошувала на таких соціальних відносинах як домінування і підлеглість, які конструюються в процесі інтеракції. Дослідниця виділяє фундаментальні положення інтеракційної соціолінгвістики: 1) соціальні ролі створюються в процесі інтеракції; 2) контекст визначається через мовлення і дії; 3) все, що виникає під час інтеракції, є продуктом не однієї особи, а спільним продуктом комунікантів [14, 10-11].

Симона де Бовуар вивчала питання жіночої екзистенції у найрізноманітніших аспектах суспільства і торкнулась питання приреченості жінки на вторинність, на підлеглу, обслуговуючу роль. Жінку завжди означували через чоловіка у зв'язку з його ціннісною ієрархією [2, 7-9].

У своїй праці "Сміх Медузи" Гелен Сіксу відстежує у сучасних їй літературних жіночих дискурсах, що авторській свободі народження нових естетичних образів перешкоджає страх видатись непоміркованою [5,73]. Ймовірно цей страх засвідчує покірність жінки, без варіантну "нормальність", еквівалентну творчій смерті у межах естетичного творення". Для самоусвідомлення себе, - пише Сіксу, – потрібна відвага, яку жінка "ушатена в кокон своєї невинності, замкнена у темряву самонезнання, загнана в кут самозневаги" мусить віднайти [5,73].

Піонером в галузі жіночої комунікативної поведінки вважається Робін Лакофф, яка виділила наступні особливості жіночого мовлення в порівнянні з чоловічим: жіноча інтонація – більш варіативна, ніж чоловіча; жінки часто вдаються до демінутивів та евфемізмів; вони здатні вживати більш експресивні мовні форми; жінки частіше

"перестраховуються" або "хеджуються" у мовленні ("наче", "ніби", "здається"); частіше використовують питальну інтонацію, що виражає невпевненість або потребу у схваленні; жінки менш прямолінійні і більш ввічливі у спілкуванні, аніж чоловіки; жіночий стиль спілкування більш орієнтований на співпрацю, а не на суперництво; жінки частіше користуються невербальними засобами комунікації (жестикуляція, інтонація тощо) і більше уваги приділяють "правильності" мовлення [13]. За висновками Дж. Вуд, "для фемінних осіб розмова є сутністю відносин" [17, 122].

Письменник закладає у твір певний соціальний світ, в якому відображені дискурсивні практики. Соціальна взаємодія здійснюється в комунікації, а дискурс як раз є тим полем, в якому комунікативна діяльність переростає в діяльність соціальну. Дотримуючись теорії К. Хайланда [11] ми розрізняємо: 1) текстотвірний метадискурс, який включає різноманітні засоби формальної зв'язності тексту; 2) інтерактивний метадискурс, до якого К. Хайланд відносить:

– *суб'єктивну епістемічну модальність (hedges)*, яка обмежує впевненість автора щодо смислу висловлювання (можливо, вірогідно, майже);

– *емфазу (emphatics)*, що посилюють ілюквативну силу висловлювання (дійсно, справді, ясно, очевидно);

– *імплікатори пресуппозиції (attitude markers)* (дивно, несподіванно, згоден...);

– *маркери особи адресата і адресанта (person markers, relational markers)* являють собою експліцитну референцію до автора (я/ми, мій/наш) та інтерактивної сфери адресата і адресанта (погляньте, ви можете бачити, звернімося до, розглянемо).

Однією з типових жіночих комунікативних стратегій є хеджування або хеджинг (hedging). Основне призначення хеджування – це використання навмисно ухильних чи двозначних тверджень ("intentionally noncommittal or ambiguous statement", надання висловлюванню розмитості ("deliberately vague language"), уникнення остаточної відповіді на запитання ("to avoid fulfilling or answering a question completely"), невизначеність, невпевненість ("to be confidently uncertain") [8]. Вперше цим терміном скористався когнітивіст Дж. Лакофф, згодом він (термін) перейшов до сфери прагматики і дискурсології, де набув нового змісту. Отже, хеджування – це прагматичний інструмент, що служить як засіб спостереження відносин адресанта/адресата, так і ставлення до того, що обговорюється/повідомляється.

Одним з найбільш систематизованих підходів до аналізу прагматичної функції феномену епістемічної модальності (хеджингу) є "теорія ввічливості", викладена у дослідженні П. Браун і С. Левінсон [7]. Антропологічне поняття – "обличчя", було залучене в теорію лінгвістичної ввічливості в якості подвійного концепту – негативної та позитивної ввічливості, яка усвідомлювалася стосовно двох прагнень [15, 16]: 1) бути неушкодженим та захищеним у комунікації; 2) бути схваленим.

Розглядаючи епістемічну модальність як одну з десяти стратегій, пов'язаних з негативною ввічливістю, П. Браун і С. Левінсон [7, 146] припустили, що вона може оцінюватися як маркер позитивної ввічливості. Адже така стратегія зменшує загрозу для позитивного "обличчя" адресата і може виступати в якості засобу, яким мовець закликає до кооперації та згоди.

На думку Дж. Холмс [10], епістемічні модальні форми виконують дві функції: 1) *епістемічну*, що передає ступінь упевненості мовця в достовірності повідомлюваного (*позитивна ввічливість*); 2) *афектну*, що відбиває прагнення мовця створити й підтримувати доброзичливу комунікативну взаємодію (*негативна ввічливість*)

Вивчення епістемічних модальних форм з позицій гендерної лінгвістики дозволяє дослідити вплив статі на їхнє функціонування у спілкуванні. Гендер, тобто комплекс соціальних, культурних та психологічних характеристик людини певної статі, зумовлює вибір певних мовних та мовленнєвих засобів під час комунікативної взаємодії [1]. Автором висловлювання виступає жінка, яка втілює у мовленні персонажів свої гендерні особливості. Аналіз НПМ свідчить про те, що стратегія хеджування вживається як у жіночому так і чоловічому НПМ для вираження ступеня впевненості/ істинності повідомлюваного:

1) *Exactly the same*, thought Clarissa; *the same queer look*; *the same* check suit; a little out of the straight his face is, a little thinner, dryer, *perhaps*, but he looks awfully well, and *just the same* [20, 18].

2) *"How heavenly it is to see you again!"* she exclaimed. He had his knife out. That's so like him, She thought [20, 18].

3) *Still the future of civilisation lies, in the hands of young men like that; of young men such as he was, thirty years ago;* [20,37]

4) *One of the triumphs of civilisation*, Peter Walsh thought. *It is one of the triumphs of civilisation, as the light high bell of the ambulance sounded* [20,72]

Ця функція стратегії хеджування передає ступінь впевненості мовця, достовірність інфор-

мації як засіб реалізація позитивної ввічливості. Свідченням цього факту є наявність як у мовленні персонажа-чоловіка, так у персонажа-жінки лексичних та синтаксичних повторів, окличних речень.

Щодо афектної функції епістемічних модальних форм, то вона використовується в НПМ для пом'якшення категоричності висловлювання, а саме для:

– надання висловлюванню елемента суб'єктивності:

5) *But we have other lives, I think, I hope,* She murmured. *"We live in others, Mr. . . . We live in things"* [22]

6) *"I fear I am not in my perfect mind,"* Giles muttered to the same tune [21]

7) *So, Lily thought, it was probably an excuse of his for moving, for getting out of earshot, that made Mr. Bankes almost immediately say something...* [18,8]

– залучення слухача до спілкування

8) *"You know that big black box the Australian left in my room ever so long ago? ... I do think furs make a woman look old. ... That's Bechstein come in now. ..."* She nibbled her roll and looked at him [21,35]

– вираження припущення / внутрішніх вагань / сумніву/ докору

9) *She must have a son like Septimus,* she said. *But nobody could be like Septimus; so gentle; so serious; so clever. Could she not read Shakespeare too? Was Shakespeare a difficult author?* She asked [20, 42].

Афектна функція хеджингу дозволила розглянути різноманітні засоби пом'якшення категоричності як засіб реалізації негативної ввічливості. У вищенаведених прикладах спостерігаємо різні шляхи лінгвістичного хеджування. Уживання цих форм пов'язане з ухилянням від відповідальності, невизначеністю, скромністю.

Як показує кількісний аналіз досліджуваного матеріалу жінки частіше "перестраховуються" або "хеджуються" у мовленні, що становить 56% серед усіх епістемічних форм, в той час як персонажі-чоловіки використовують лише 44%. Вербальній поведінці персонажів-жінок більш характерні засоби пом'якшення категоричності за допомогою модальних фраз (suppose, believe, think) та синонімічних їм конструкцій (modals+Perfect Infinitive), дієслівно-іменних сполучень (I fear, I'm afraid, let me), ступеневих прислівників (rather, sort of, quite, perhaps, probably), експресивних мовних форм. Персонажі-чоловіки при хеджуванні частіше вживають епістемічні модальні форми, що передають ступінь впевненості та достовірності інформації (I know/suppose), виражають припущення, обов'язок, намір. Жінки менш прямолинійні і більш ввічливі у спілкуванні, ніж чоловіки; жіночий стиль спілкування більш орієнтований на співпрацю, а не на суперництво. Загалом комунікативна стратегія чоловіків носить більш владний, дієвий характер, в той час як жіноча – емоційна та метафорична.

Отже, наша розвідка підтвердила, що комунікативна стратегія хеджування справді більш притаманна персонажам-жінкам, ніж чоловікам.

ЛІТЕРАТУРА

1. Борисенко Н.Д. Засоби вираження епістемічної модальності у мовленні героїв сучасної британської драми: гендерний аспект [Електронний ресурс] / Н.Д. Борисенко. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/natural/nvnu/filolog/2010_7/.../Gnatiuk.pdf – Назва з екрану
2. Основи теорії гендеру: Навчальний посібник / В.П. Агеєва [та ін.]. – К.: "КІС", 2004. – С. 7-9.
3. Пермякова О.В. Явление гендерной стилизации в современной женской литературе (на материале французского и русского языков): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Пермякова Оксана Владимировна. – Пермь, 2007. – 176 с.
4. Потаповою Р.Г. Сексолект как объект исследования в криминалистике [Текст] / Р.Г. Потапова // Гендер: язык, культура, коммуникация: сб.ст. – М.: 2002. – С. 302-313
5. Сиксу Э. Хохот Медузы / Э. Сиксу // Гендерные исследования. – 1999. – №3. – С. 71-89.
6. Шадчина А.С. Прагматична функція епістемічної модальності в науково-орієнтованому дискурсі [Електронний ресурс] / А.С. Шадчина. – Режим доступу: librar.org.ua > Культура. Наука. Освіта. – Назва з екрану
7. Brown P., Levingson S. Politeness: Some Universals in Language / P. Brown, S. Levingson. – Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1987. – 345 p.
8. Hedging in Academic Writing [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.bbk.ac.uk/...writing/Hedging-in-Acad... – Назва з екрану
9. Holmes J. Functions of "You Know" in Women's and Men's Speech / J. Holmes // Language in Society. – 1986. – №15. – P. 1-22.
10. Holmes J. Hedges and Boosters in Women's and Men's Speech / J. Holmes // Language and Communication. – 1990. – №10. – P. 185-205.
11. Hyland K. Persuasion and context: The pragmatics of academic metadiscourse / K. Hyland // Journal of pragmatics, 1998. – Vol.30: (4). – P. 437-455.
12. Hyland K. Disciplinary discourse: social interactions in academic writing. London: Longman. – 2000.
13. Lakoff G. Hedges: A study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts/ G. Lakoff // Journal of Philosophical Logic. – 1973. – № 2. – P. 458-508

14. Tannen D. Gender and Discourse / Tannen Deborah. – New York: Oxford University Press, 1996. P. 10-11
15. Varttala T. Hedging in Scientifically Oriented Discourse. Exploring variation According to Discipline and Intended Audience / T. Varttala // Electronic dissertation, 2001. Acta Electronica Univesitatis, Temperensis 133 <http://acta.uta.fi>
16. Wood J. T. Who cares? Women, care and culture / J.T. Wood . – USA: Southern Illinois University Press, 1994. – P. 138
17. Wood J.T. Gendered lives: Communication, gender and culture / J.T. Wood. – Canada:Wadsworth Cengage Learning, 2009. – P. 122
18. Woolf V. To the Lighthouse / V. Woolf. – L: Wordsworth Classics, 2002. – 160 p.
19. Woolf V. The Waves / V. Woolf. – L.: Wordsworth Classics, 2000. – 172 p.
20. Woolf V. Mrs. Dalloway / V. Woolf. – L.: Wordsworth Classics, 2003. – 146p.
21. Woolf V. Jacob's room [Электронный ресурс] / V. Woolf. – Режим доступа: gutenberg.net.au/pages/woolf.html– Назва з екрану
22. May S. The Helpmate [Электронный ресурс] /May Sinclair – Режим доступа: - www.gutenberg.org > ... > 22 by May Sinclair – Назва з екрану

Nera N.Y. Hedging strategy in the gender aspect of free-indirect speech

Abstract. The article deals with the notion of hedging in free-indirect speech. It is investigated through gender aspect. We differentiate between feminine and masculine communicative styles and the usage of hedges in authoress' verbal behavior. Women's speech is more variable, women often resort to euphemisms, they use more expressive language forms, they often use interrogative intonation, expressing uncertainty or need for approval, women are less straightforward and more polite in communication than men, and women's communicative style is more focused on cooperation, not competition. One of the typical female communicative strategies is hedging. Its main purpose is to show intentionally noncommittal or ambiguous statement, to avoid fulfilling or answering a question completely, to be confidently uncertain. Thus, hedging is a pragmatic tool that serves as a means of monitoring relations between sender/recipient and relationship to what is being discussed / reported. One of the most systematic approaches to the analysis of this phenomenon is "theory of politeness". We differentiate between its two functions: 1) epistemic that conveys the speaker's degree of confidence (positive politeness), 2) affective, reflecting the speaker's desire to establish and maintain communicatively-friendly interaction (negative politeness). The quantitative analysis demonstrates that women use more hedging devices (56%) in comparison with men 44%. Verbal female behaviour is full of modal phrases (suppose, believe, think) and their synonymous constructions (modals + Perfect Infinitive), verbal-nominal combinations (I fear, I'm afraid, let me), adverbs of degree (rather, sort of, quite, perhaps, probably), expressive language forms. Male characters are more likely to use such modal forms that convey a degree of confidence and reliability of the information (I know / suppose). In general men's communicative strategy is more of authoritative and effective character while women's is more emotional and metaphorical. Thus, our analysis confirms that communicative strategy of hedging is indeed peculiar women's characters rather than men.

Keywords: hedging, free-indirect speech, gender, feminine and masculine styles, politeness, discourse.

Нера Н.Я. Стратегия хеджирования в гендерном аспекте несобственно-прямой речи

Аннотация. В статье исследована стратегия хеджирования в гендерном аспекте несобственно-прямой речи. Мы различаем мужской и женский коммуникативные стили общения и выделяем их особенности. Инструментом анализа данной стратегии является "теория вежливости". Определены и проанализированы две функции хеджинга: эпистемична (положительная вежливость) и аффективная (отрицательная вежливость) на материале женских романов. Количественный анализ исследуемого материала показывает различные формы лингвистического хеджирования в мужской и женской несобственно-прямой речи. Это позволяет подтвердить, что коммуникативная стратегия хеджирования более свойственна персонажам-женщинам (56%), чем мужчинам (44%).

Ключевые слова: стратегия хеджирования, несобственно-прямой речь, мужской и женский коммуникативные стили, теория вежливости, дискурс