

УДК 811.112.2'373.7'276.3-055.1/2

Коломийська І. А.

ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У РІЗНОГЕНДЕРНОМУ МОВЛЕННІ (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКИХ ГАЗЕТНИХ СТАТЕЙ ЩОДЕННОГО ВИДАННЯ "SÜDDEUTSCHE ZEITUNG")

Статтю присвячено дослідженню особливостей вживання фразеологічних одиниць залежно від гендерного фактора в німецьких газетних текстах. У роботі розглянуто кількісні характеристики, тематику, процеси модифікації фразеологічних одиниць, вживаних представниками різних гендерів.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, гендер, модифікація, газетна стаття.

Коломийская И. А. Особенности использования фразеологических единиц в разнородном наречии (на материале немецких газетных статей ежедневного издания "Süddeutsche Zeitung"). – Статья.

Статья посвящена исследованию особенностей употребления фразеологических единиц в зависимости от гендерного фактора в немецких газетных текстах. В работе рассмотрены количественные характеристики, тематика, процессы модификации фразеологических единиц, употребленных представителями разных гендеров.

Ключевые слова: фразеологическая единица, гендер, модификация, газетная статья.

Kolomyiska I. A. Genderpeculiarities of use of phraseological units in two-gendered speech (on the material of German newspaper articles of daily "Süddeutsche Zeitung"). – Article.

The given article deals with the investigation of peculiarities of use of phraseological units depending on the gender factor in German newspaper texts. Quantitative characteristics, topic, processes of modification of phraseological units used by male and female speakers are being analysed in the article.

Key words: phraseological unit, gender, modification, newspaper article.

Зі зміною наукової парадигми у лінгвістиці та плінністю суспільних явищ категорія гендера набула особливої популярності. Людина та її стать стали об'єктами дослідження таких наук, як етнологія, когнітологія, культурологія, психологія, соціологія та ін. Не останнє місце у цьому ряду належить лінгвістиці, крізь призму якої досліджується комунікативна поведінка представників тієї чи іншої статі.

Практично вся людська діяльність базується на владних, субординаційних відносинах. Сягаючи корінням ще у добу Античності, гендерні ролі в суспільстві були чітко визначеними та базувалися на ієрархічних відносинах. Так, уже в той час розвивалися твердження про гендерну диференціацію, гендерні ролі, які «диктують» різні типи поведінки жінкам і чоловікам.

Гендерний аспект у добу Античності досліджується у міфах та епічних творах. Філософія яскравих представників цієї епохи (Аристотеля та Платона) [5] також торкалася гендерних проблем. Уже тоді жінки визнавалися підвладними чоловікам, слабшими та «другорядними». Ця традиція панувала й у наступні історичні епохи: теологи Середньовіччя, розглядаючи жінку як «похідну» від чоловіка, недосконалу та гріховну, ставили її на щабель нижче від нього. У добу Просвітництва увага зосереджувалася на гендерних відмінностях як результаті виховання та природних покликань. З. Фройд пов'язував гендерні відмінності з досвідом, який представники різної статі набувають у ранньому віці (саме фрейдівська ідея формування ідентичності на дитячому усвідомленні самості, яке обмежене власним его, на цьому етапі знайшла своє відображення в парадигмі когнітивної семантики та реалізується

у мовленнєвій самоідентифікації людини (Х. Ортега-і-Гассет, П. Рікер, Ю. Хабермас)) [4, с. 95].

Важливим етапом у філософських гендерних дослідженнях стала епоха екзистенціалізму та діяльність С. де Бовуар [1], яка відстоювала та наполягала на свободі жінки як індивіда. Цей час став початком зародження феміністичного руху. У добу постмодернізму продовжується утвердження жінок, внаслідок чого тенденція та акцент зміщуються на так зване «гендерне партнерство» (гендерну рівність (егалітарність)).

Отже, очевидним є той факт, що суспільство ще на початку свого виникнення та розвитку «підпорядковувало» жінку чоловікові, що віддзеркалювалося і у мові. З виникненням гендерної лінгвістики (1970 р.) більшість учених-феміністів стверджує, що репрезентація мови жінок підкреслює той факт, що вони лінгвістично підпорядковуються чоловікам [10, с. 453]. Мова жінок вважається відхиленням від норми (імпліцитно маскуліної мови), причому це відхилення трактується негативно. Існуючи ще з витоків суспільства, такі погляди на місце чоловіка та жінки у ньому сприяли виникненню та утвердженню стереотипів та норм (зокрема, мовних). «Бути в суспільстві чоловіком чи жінкою означає не просто володіти тими чи іншими анатомічними особливостями – це означає виконувати гендерні ролі» [12, с. 8]. Гендерні мовні стереотипи та норми «нав'язують» та «приписують» представникам різної статі характеристики та особливості їх комунікативної поведінки.

Проте з виникненням феміністичного мовного руху мовний сексизм (як дискримінація за статтю в мові, яка частіше використовується стосовно жінок і внаслідок якої репрезентація фемінного у мові стає

«невидимою») дещо нівелюється. Одним із чинників, що сприяв розвитку феміністичного мовного руху, стала гіпотеза Сепіра-Уорфа, згідно з якою мова визначає мислення та спосіб пізнання реальності (гіпотеза лінгвістичної відносності). Під впливом цього руху й утвердився сам термін «гендер» (у працях західних та американських лінгвістів часто зустрічається термін «гендерна ідентичність»). Як соціокультурна категорія, на думку прибічників перформативного підходу до вивчення гендера, який конструюється по-різному в різних контекстах (англ. “doing gender”), він є не стільки категорією, як процесом.

Лінгвістичні дослідження накопичують емпіричні дані, що свідчать про відповідний вияв гендерної ідентичності в мові й мовленні, і завдяки цьому стають каналом доступу до когнітивних структур свідомості. Поняття «гендерна ідентичність» отожднюється з гіперконцептом, оскільки: 1) як будь-який концепт, воно є ментальним утворенням, у якому концентрується знання про самість людини, її бачення себе з відправної точки біологічної статі та осмислення і сприйняття через призму власного досвіду; 2) є культурно маркованим вербалізованим смислом, представленим у плані вираження певним набором мовних реалізацій; 3) як гіперконцепт, відображає вищий ступінь абстракції та є одним із способів членування й категоризації світу; до складу гіперконцепту входять таксони нижчого рівня, структуруючи ієрархію абстракції [4, с. 96].

Гендер привертає увагу широкого кола лінгвістів, які досліджують гендерну ідентичність мовця на різних мовних рівнях та у різних лінгвістичних напрямках. На фразеологічному рівні велика увага приділяється дослідженню гендерномаркованих фразеологічних одиниць (далі – ФО) [2], які характеризують якості, моделі поведінки і т. п. різних гендерів, описують ставлення суспільства до представників різної статі. Якщо зважати на те, що у загальному плані дослідження гендера в мовознавстві стосується двох проблем: 1) мови та відображення в ньому статі (опис та пояснення того, як знаходить своє відображення у мові сприйняття людей різної статі (досліджуються насамперед номінативна система, лексикон, синтаксис, категорія роду і т. п.), які оцінки приписуються чоловікам і жінкам і в яких семантичних областях вони найбільш помітно/чітко виражені); 2) мовленнєвого підходу і загалом комунікативної поведінки представників різної статі (виділяються типові стратегії і тактики мовлення, гендерно специфічний вибір одиниць лексики, способи досягнення успіху в комунікації, переваги у виборі лексичних засобів, синтаксичних конструкцій і т. д., тобто специфіка чоловічого та жіночого мовлення) [3], то слід зазначити, що більшість досліджень у галузі фразеології (зокрема, німецької) стосуються першого підходу до вивчення категорії гендера. Проте питання, чи є відмінності у вживанні

фразеологічних одиниць у мовленні представників різних гендерів, і якщо так, то в чому вони полягають, залишається недостатньо вивченим, що і зумовило актуальність нашого дослідження.

Метою ж дослідження є аналіз особливостей вживання чоловіками та жінками ФО, зафіксованих у різногендерних газетних статтях (об’єкт дослідження), відібраних методом суцільної вибірки з німецькомовного щоденного газетного видання “Süddeutsche Zeitung” (випуски 2013–2015 pp.) [14] (матеріал дослідження).

Досягнення мети можливо за умови виконання таких завдань:

- 1) визначення кількісних характеристик вживання ФО представниками різної статі на матеріалі газетних статей;
- 2) виявлення найчастотніших ФО серед досліджуваних;
- 3) дослідження семантики вживаних чоловіками та жінками ФО;
- 4) характеристика «чоловічих» та «жіночих» видозмін та модифікацій ФО у різногендерних газетних статтях.

У результаті аналізу видання щоденної газети “Süddeutsche Zeitung” за 2013–2015 pp. виявлено 415 статей (близько 298 800 слововживань (далі – СВ)), де авторами та комунікантами є чоловіки та жінки. У цих статтях у мовленні чоловіків виявлено 554 окремих ФО (що становить близько 1136 фразеологічних вживань (далі – ФВ)), у мовленні жінок – 631 ФО (1429 ФВ). Отже, середня частота вживання чоловіками ФО становить близько 1 ФВ на 263 СВ (298 800 СВ на 1136 ФВ), а жінками – 1 ФВ на 209 СВ (298 800 СВ на 1429 ФВ).

Середня частота вживання однієї і тієї ж ФО як чоловіками, так і жінками становить приблизно 2 рази. 104 ФО (19% від загальної кількості) у мовленні чоловіків виявилися високочастотними (частота вживання перевищує 2 рази) (напр., “eine Rolle spielen”, “Alarm schlagen”), серед яких такі ФО, як “vor allem” (68 ФВ), “es geht um etw.” (55 ФВ), “immer wieder” (28 ФВ), “am Ende” (16 ФВ), “unter anderem” (14 ФВ), “zur Verfügung stehen” (11 ФВ), “zur Verfügung stellen” (11 ФВ), “ernst nehmen” (10 ФВ), “es liegt an etw.” (10 ФВ), “nach wie vor” (8 ФВ), “zur Zeit” (8 ФВ), “auf jeden Fall” (7 ФВ), можна віднести до гіперчастотних, оскільки частота їх вживання перевищує так звану «точку відліку» гіперчастотності (частку від поділу вживань високочастотних ФО на їх кількість: $588 \text{ ФВ} : 104 \text{ ФО} = 6$), тобто можна стверджувати, що саме ці ФО є характерними для мовлення чоловіків у різногендерних газетних статтях.

У фемінному мовленні кількість високочастотних ФО становить 113 (18%) (напр., “einen Tip geben”, “im besten Fall”), серед яких гіперчастотних (із частотою вживання більшою, ніж 7 разів: $793 \text{ ФВ} : 113 \text{ ФО} = 7$) дещо більше, ніж у чоловіків: “vor

alles» (90 ФВ), *„es geht um etw.“* (53 ФВ), *„immer wieder“* (51 ФВ), *„am Ende“* (33 ФВ), *„unter anderem“* (20 ФВ), *„zur Verfügung stellen“* (19 ФВ), *„zur Verfügung stehen“* (17 ФВ), *„auf jeden Fall“* (15 ФВ), *„es liegt an etw.“* (15 ФВ), *„zur Zeit“* (14 ФВ), *„von Anfang an“* (13 ФВ), *„darüber hinaus“* (13 ФВ), *„im Einsatz sein“* (11 ФВ), *„nicht einmal“* (10 ФВ), *„nach wie vor“* (10 ФВ), *„auf der Suche nach etw.“* (10 ФВ), *„es geht j-m gut/schlecht“* (9 ФВ). Переважання саме таких ФО у комунікації представників різної статі є досить очікуваним та може пояснюватися специфікою досліджуваних текстів – газетних статей, яким притаманне використання указаних мовних зворотів.

Із середньою частотністю (2 рази) у чоловіків вживаються 99 ФО (18%) (напр., *„unter Druck setzen“*, *„Beistand leisten“*), а у жінок – 120 ФО (19%) (напр., *„zum Ergebnis kommen“*, *„Bescheid wissen“*). Решта 351 ФО (близько 63%) мають у комунікації чоловіків низьку частоту вживання (напр., *„in Anspruch nehmen“*, *„sich den Kopf zerbrechen“*), у жінок низькочастотними виявилися 398 ФО (63%) (напр., *„Schule machen“*, *„eine Kussband zuwerfen“*). Таким чином, робимо висновок про те, що жінки частіше в різногендерних газетних статтях послуговуються ФО і палітра гіперчастотних ФО у мовленні жінок значно ширша.

Щоб розглянути, ФО якої тематики найчастіше вживаються представниками різної статі та які поняттєві сфери вони охоплюють, ми розподілили

вживані ними ФО за ідеографічною класифікацією, у межах якої розрізняють фразеотематичні групи (далі – ФТГ), фразеотематичні підгрупи (далі – ФТП) та фразеосемантичні поля (далі – ФСП) [8, с. 5]. Серед виділених ФТГ найчисленнішою за кількістю у мовленні як чоловіків, так і жінок виявилася ФТГ «Людина» (чоловіки – 385 ФО (70%), жінки – 432 ФО (69%)), у межах якої пріоритети у вживанні ФО різних ФТП розподілилися таким чином:

1) «Людина як суспільна істота» (слідом за Т. Тоненчук [8] ми відносимо сюди такі ФСП, як «Стосунки між людьми», «Особа та її характеристика у суспільстві», «Дія, діяльність» (зокрема, комунікативна), «Спосіб життя і суспільна діяльність»): у мовленні чоловіків газети *„Süddeutsche Zeitung“* такі поняття відображають 226 ФО (59%) (напр., *„Druck machen“*, *„etw. in den Sand setzen“*); у жінок – 238 ФО (55%) (напр., *„j-m Widerstand leisten“*, *„sich an einem Tisch mit j-m setzen“*);

2) «Людина як розумна істота» («Інтелект, здібності», «Емоції, почуття», «Характер, поведінка»): у чоловіків – 147 ФО (38%) (напр., *„sich in Grenzen halten“*, *„etw. gern haben“*), у жінок – 180 ФО (42%) (напр., *„etw. in den Griff bekommen“*, *„einen Beschluss fassen“*);

3) «Людина як жива істота» («Зовнішній вигляд», «Фізичний стан», «Психофізіологічний стан», «Рух»): чоловіки – 12 ФО (3%) (напр., *„auf der Strecke bleiben“*, *„etw. zu sich nehmen“*); жінки – 14

Таблиця 1

**«Чоловічі» та «жіночі» видозміни і модифікації ФО
у газетних різногендерних статтях видання „Süddeutsche Zeitung“**

№ п/п	Тип	Кількість випадків	Найчастотніша видозміна	Приклади
Маскулінне мовлення				
1.	Експансія	511 (54%)	Розширення моделі прикметником/прислівником (169 ФВ (33%))	<i>„großes Interesse zeigen“</i> , <i>„in solch einer Lage sein“</i>
2.	Субституція	339 (36%)	Зміна дієслова (139 ФВ (41%))	<i>„die Erfahrung machen“</i> (сл.: <i>die</i>), <i>„einen Schritt weitergehen“</i> (сл.: <i>weiterbringen</i>)
3.	Еліпс	83 (9%)	Опускання артикля (34 ФВ (41%))	<i>„über die bestehenden grenzen hinaus“</i> (сл.: <i>hinauslangen</i>), <i>„auf Dauer“</i> (сл.: <i>die</i>)
4.	Контамінація	9 (1%)	Поєднання двох ФО	<i>„katastrophale Ehe hinter sich gebracht und neuen Mut gefasst“</i>
Фемінне мовлення				
1.	Експансія	626 (53%)	Розширення моделі прикметником/прислівником (190 ФВ (30%))	<i>„etw. in die eigene Hand nehmen“</i> , <i>„sich extra Zeit nehmen“</i>
2.	Субституція	416 (35%)	Зміна дієслова (174 ФВ (42%))	<i>„einen einfachen und schnellen Überblick geben“</i> (сл.: <i>bekommen</i>), <i>„j-n an einen Tisch holen“</i> (сл.: <i>bringen</i>)
3.	Еліпс	126 (11%)	Опускання артикля (41 ФВ (33%))	<i>„etw. im Kopf haben“</i> (сл.: <i>viel</i>), <i>„j-n ins Rennen“</i> (сл.: <i>schicken</i>)
4.	Контамінація	17 (1%)	Поєднання двох ФО	<i>„die Stadt habe es geschafft, den Landkreis und die umliegenden Kommunen mit ins Boot zu holen“</i>

ФО (3%) (напр., *“den Tod finden”*, *“die Ohren klingen j-m”*).

Дещо меншою за кількістю ФО є ФТГ «Абстрактні відношення» (чоловіки – 168 ФО (30%), жінки – 197 ФО (31%)):

1) ФТП «Процеси, поняття, відношення», до якої входять категорія модальності, процес, метод, спосіб та ін. абстрактні поняття, у мовленні чоловіків відображають 104 ФО (62%) (напр., *“die flache Hand”*, *“im Einsatz sein”*), у жінок – 132 ФО (67%) (напр., *“in Zusammenhang stehen”*, *“etw. zur Folge haben”*);

2) ФТП «Виміри та характеристики», до якої входять просторові і часові відношення, зовнішні та внутрішні характеристики, оцінка, якісні та кількісні відношення, представлена у комунікації чоловіків 64 ФО (38%) (напр., *“nicht von Interesse sein”*, *“Stunde um Stunde”*); у жінок – 65 ФО (33%) (напр., *“den ersten Platz belegen”*, *“seine guten Seiten haben”*).

ФО, які співвідносяться із третьою ФТГ «Природа», фактично не виявилися притаманними різногендерному мовленню (виявлено лише 3 ФО: 1 із яких зустрічається у чоловіків (*“Grund und Boden”*), а 2 – у жінок (*“Wind und Wetter”*, *“Grund und Boden”*), що також, очевидно, пов'язано з тематикою газетних статей.

Отже, незначні розбіжності у вживанні ФО різної тематики простежуються у кількісному переважанні в комунікації чоловіків ФО, що співвідносяться з відображенням людини як суспільної істоти та вимірами і характеристиками, на відміну від жінок, які дещо частіше використовують ФО, що зображають людину як розумну істоту та категорію «Процеси, поняття, відношення». Проте загалом істотної різниці у тематичі ФО та понятійній сфері, до якої вони відносяться у вживанні представників різних тендерів, не виявлено. Відображення у вживаних ФО саме людини, її ха-

рактеристик та діяльності може бути пов'язане з домінантними принципами антропоцентризму у фразеології (так, людина описує, метафоризує та переосмислює насамперед те, що ближче їй), а переважання ФО, які «описують» людину як суспільну істоту, – із жанром проаналізованого матеріалу (газети, які є своєрідною зв'язною ланкою між людиною та суспільством, і, відповідно, зображають людину у дзеркалі суспільного життя).

Окрім того, у комунікації чоловіків та жінок зафіксовано випадки видозмін та модифікацій вживаних ФО. У різногендерних статтях газети *“Süddeutsche Zeitung”* зафіксовано 942 випадки вживання модифікованих ФО чоловіками (приблизно 83% від усієї кількості ФВ), а жінками – 1185 (також 83% ФВ). Результати аналізу відображені в Таблиці 1.

Отже, очевидним є той факт, що представники обох гендерів практично однаковою мірою використовують прийоми модифікацій. Істотних відмінностей в особливостях вживання модифікованих ФО не виявлено.

З огляду на вищезазначене, можна зробити такі висновки: 1) жінки у різногендерному мовленні вживають частіше ФО; 2) палітра гіперчастотних ФО у жінок ширша; 3) за тематикою вживання ФО істотно не відрізняються, проте простежується схильність чоловіків до вживання ФО, які відображають людину як суспільну істоту та абстрактні поняття, що позначають виміри та характеристики, а жінок – людину як розумну істоту, а також процеси, поняття, відношення; 4) і чоловіки, і жінки переважно однаковою мірою використовують способи модифікацій ФО.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в порівняльному аналізі особливостей ФО, вживаних представниками різної статі, в одногендерних та різногендерних газетних статтях.

Література

1. Де Бовуар С. Второй пол / С. де Бовуар. – М. : СПб., 1997.
2. Капак Ю. Актуалізація гендерного компонента семантики фразеологічних одиниць у німецькому публіцистичному тексті : дис. ... канд. філол. наук. : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Ю. Капак. – Л., 2015.
3. Кирилина А. Гендер: лингвистические аспекты / А. Кирилина. – М., 1999. – 155 с.
4. Марчишина А. Актуалізація поняття «гендерна ідентичність» у постмодерністському дискурсі / А. Марчишина // Науково-практичний журнал «Одеський лінгвістичний вісник». – О., 2015. – С. 95–98.
5. Платон. Политика. Наука об управлении государством / Платон, Аристотель. – М. : Изд-во «Эксмо» ; СПб. : «Terra Fantastica», 2003.
6. Самарина В. Гендер во фразеологии: когнитивно-лингвокультурологический аспект / В. Самарина. – Ставрополь, 2010. – 199 с.
7. Сорокіна Л. Гендерні студії: здобутки та перспективи досліджень / Л. Сорокіна. – Житомир, 2010 р. – С. 220–223.
8. Тоненчук Т. Структурно-семантичний, ідеографічний та функційний аспекти соматичних фразеологізмів у сучасній англійській мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук. : спец. 10.02.04 «Германські мови» / Т. Тоненчук. – Чернівці, 2016 – 20 с.
9. Ужченко В. Східноукраїнська фразеологія / В. Ужченко. – Луганськ : Альма-матер, 2003.
10. Holmes J. The Handbook of Language and Gender / J. Holmes. – Oxford : Blackwell Publishing, 2003. – 721 p.
11. Oakley A. Sex, Gender and Society / A. Oakley. – Longman, 1972. – P. 22.
12. Словарь гендерных терминов / под. ред. А. Денисовой. – М. : Информация 21 век, 2002. – 256 с.
13. Duden: Deutsches Universalwörterbuch // hrsg. von der Dudenredaktion – 4, neu bearbeitete und erweiterte Auflage. – Mannheim ; Leipzig ; Wien ; Zürich : Dudenverlag, 2001. – 1892 s.
14. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sueddeutsche.de>.