

МОРФОЛОГИЧЕСКАЯ СТРАТИФИКАЦИЯ ГЕНДЕРНОГО ТЕКСТА (на материале «СБ. Беларусь сегодня»)

Исследования в области гендерной лингвистики довольно популярны в наше время. Большинство ученых, занимающихся данной проблемой (А. Ю. Беляева, А. В. Кирилина, О. С. Осиновская, Е. И. Горошко, Т. В. Гомон), отмечают существенные различия в устной и письменной речи мужчин и женщин.

Публицистический текст есть не что иное, как синтез мужского и женского начал, в рамках одного издания можно увидеть как мужские, так и женские тексты.

Для наблюдений было взято популярное издание «СБ. Беларусь сегодня» (от 29 сентября 2006 года). Статистический анализ языковых единиц (анализировались статьи информационного плана с одинаковым количеством слов) показал, что письменная речь мужчин и женщин по использованию тех или иных частей речи отличается весьма незначительно. Употребление имен существительных, прилагательных и глаголов в текстах мужчин журналистов и женщин журналистов не имеет существенной разницы. Наблюдаются различия в употреблении союзов и частиц. Для мужского текста свойственны короткие синтаксические конструкции (поэтому меньше союзов) и практическое отсутствие отрицательных частиц (мужчины менее эмоциональны).

Данные подсчетов отражены в таблице:

Части речи	Мужские тексты		Женские тексты	
	Кол-во единиц	%	Кол-во единиц	%
существительное	189	43,5	184	34,5
прилагательное	71	15	62	13,5
глагол	45	10	47	10
местоимение	21	4,7	22	5
числительное	4	0,8	5	1,5
причастие	4	0,8	4	0,8
деепричастие	1	0,2	—	0
предлог	38	8,5	46	10,5
частица	15	3,3	27	8
союз	25	6,7	43	9,5
наречие	11	2,5	16	3

При исключении из анализа гендерных особенностей вырисовывается морфологическая стратификация самого публицистического текста: имен существительных почти в три раза больше, чем имен прилагательных и в четыре раза больше, чем глаголов. Это говорит о преобладании в публицистическом тексте предметности над процессуальностью.

С точки зрения семантической наполняемости анализ мужских и женских текстов показал, что женские тексты более эмоциональны, метафоричны, полны эвфемизмов («холодная война горячих парней», «телефон опасения», «“русская тюрьма” только начинается»). Для мужских текстов характерно употребление вводных конструкций со значением констатации (как известно, я убежден, уверен), для женских — со значением неуверенности (наверное, возможно, может быть). Это подтверждает и Е. С. Ощепкова: «мужской текст короче женского, в нем больше ошибок, большее разнообразие словаря и меньше речевых клише, намного меньше описаний и упоминаний своих эмоций. Женский текст, напротив, напоминает больше речь в состоянии эмоционального напряжения, часто присутствуют и упоминания своих собственных разнообразных эмоций» [1, с. 102].

В публикациях, которые написаны мужчинами, преобладает анализ ситуаций, нацеливающий читателя сделать выбор в пользу «своих», «хороших». Журналисты-женщины предпочитают проблемные статьи, по средствам которых достигается цель: найти правильный выход. Так С. К. Табурова утверждает, что мужчины имеют спектр эмоций по шкале «хороший» —

«плохой», а женщины вербализуют эмоции по шкале «правда» – «ложь» или «правильный» – «неправильный» [2, с. 87–91]. Таким образом, гендер влияет на морфологическую структуру и семантическую наполняемость журналистского текста, так или иначе являясь лакмусом нашего сознания, которое мы переносим в нашу устную и письменную речь.

Литература

1. Ощепкова, Е. С. Идентификация пола автора по письменному тексту (лексико-грамматический аспект). – М., 2003.
2. Табурова, С. К. Гендерные аспекты поведения парламентариев (на материале парламентских дебатов в ФРГ) // Социологические исследования. – 1999. – № 9.