

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Факультет филологии

Кафедра английской филологии и перевода

ЖИЕНТАЕВА Сабина Сабиржановна

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В  
СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Магистерская диссертация

Научный руководитель:

к.ф.н./ ст.преп. А.С. Вахрамеева

Санкт-Петербург

2016

Введение	4
<b>Глава I Теоретические предпосылки исследования гендерных стереотипов в лингвистике</b>	<b>7</b>
1.1 Основные положения гендерной лингвистики	7
1.1.1 Определение понятия гендер	7
1.1.2 История развития гендерных исследований и предпосылки исследования гендерных стереотипов	9
1.2 Понятие стереотипа	16
1.2.1 Определение стереотипа	16
1.2.2 Классификация стереотипов	18
1.2.3 Понятие социального стереотипа	21
1.2.4 Определение гендерного стереотипа	24
1.3 Лексические и грамматические особенности мужской и женской речи	28
Выводы по Главе I	35
<b>Глава II Практическое исследование языковых и гендерных характеристик высказываний, содержащих гендерные стереотипы</b>	<b>37</b>
2.1 Высказывания женских персонажей	37
2.1.1 Высказывания женских персонажей, содержащие гендерные стереотипы о представительницах своей гендерной идентичности	37
2.1.2 Высказывания женских персонажей, содержащие гендерные стереотипы о представителях противоположной гендерной идентичности	48
2.1.3 Высказывания женских персонажей, содержащие гендерные стереотипы о представителях своей и противоположной гендерной идентичности	55
2.2 Высказывания мужских персонажей	61
2.2.1 Высказывания мужских персонажей, содержащие гендерные стереотипы о представителях противоположной гендерной идентичности	61
2.2.2 Высказывания мужских персонажей, содержащие гендерные стереотипы о представителях своей гендерной идентичности	67
2.2.3 Высказывания мужских персонажей, содержащие гендерные стереотипы о представителях противоположной и своей гендерной идентичности	70
Выводы по Главе II	73
Заключение	78
Список использованной литературы	81

### **Введение**

Современные лингвистические исследования, ориентированные на изучение человека в языке и языка в человеке, основаны на антропоцентрическом подходе. Гендерные отношения присутствуют в языке в виде культурно обусловленных стереотипов, накладывающих отпечаток на процесс вербализации в зависимости от гендерной принадлежности личности и на процесс ее языковой социализации. В связи с этим исследование

женственности и мужественности должно включать описание стереотипов, связанных с ними, и средств формального выражения этих стереотипов в языке.

**Актуальность** настоящей работы обусловлена возрастающим интересом к изучению гендерных аспектов процесса коммуникации. Исследование влияния гендерных стереотипов, т.е. стандартизированных представлений о моделях поведения и чертах характера, соответствующих понятиям «мужское» и «женское», на речевое общение приобретает большую значимость. Более того, значительные изменения в социокультурном обществе, интерференция гендерных ролей, демократизация общества и отношений в значительной степени влияют на динамику гендерных стереотипов, что отражается при выборе языковых средств реализации мужественности и женственности. Однако недостаточно изученным является выбор языковых средств реализации маскулинности и фемининности в процессе коммуникации.

**Объектом** исследования являются фрагменты дискурсов из англоязычных художественных произведений, в которых манифестируются гендерные стереотипы.

**Предметом** исследования являются языковые средства реализации гендерных стереотипов в англоязычной художественной литературе.

**Теоретической основой** настоящей работы послужили труды российских ученых по лингвистической гендерологии Г.В. Барышниковой, Е.Ю. Гетте, Е.С. Гриценко, А.В. Кирилиной, Е.С. Петровой, И.И. Халеевой, зарубежных ученых J. Coats, J. Holmes, R. Lakoff, D. Tannen; труды, посвященные исследованию стереотипов В.В. Красных, В.Г. Крысько, У. Липпмана, Т.Б. Рябовой и др.

**Цель исследования** состоит в установлении диапазона языковых средств репрезентации гендерных стереотипов, существующих в современной англоязычной лингвокультуре.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

1. проанализировать высказывания женских персонажей, содержащие указание на гендерные стереотипы о представителях своей и противоположной гендерной идентичности, с позиции использования языковых средств в женской речи в англоязычной художественной литературе;
2. проанализировать высказывания мужских персонажей, содержащие указание на гендерные стереотипы о представителях своей и противоположной гендерной идентичности, с позиции использования языковых средств в мужской речи в англоязычной художественной литературе;
3. выявить гендерные стереотипы, зафиксированные в женской и мужской речи, характерные для англоязычной лингвокультуры.

Выбор современной художественной литературы в качестве объекта исследования не случаен. В современной культуре происходят значительные перемены в обществе – демократизация общественных отношений, демократизация личностных отношений, эгалитаризм, активная интеграция женщин в экономическую и политическую сферы. Данные процессы формируют новую парадигму отношений к женственности и мужественности в современном мире, что, несомненно, находит отражение в современной художественной литературе.

**Материалом** для исследования послужили 220 высказываний, полученные методом сплошной выборки из современных произведений англоязычной художественной прозы последних десятилетий (в частности, романы К. Бушнелл, Х. Филдинг, С.Э. Филлипс, Дж. Крузи и др.) общим объемом более 4000 страниц.

Исследование гендерных стереотипов с точки зрения их языкового наполнения предполагает применение **методов** лингвистического описания, а

также семантико-синтаксического, количественного и лингвокультурологического анализа.

**Научная новизна** диссертации связана с углублением научных представлений о языке как о средстве конструирования гендера. Прделанное исследование дает возможность более полно подходить к вопросу изучения гендерных стереотипов в англоязычной культуре.

**Теоретическая значимость** работы определяется тем, что она вносит вклад в разработку проблем культурологической лингвистики современного английского языка и открывает перспективы для дальнейших исследований: например, сопоставительных и экспериментальных. Кроме того, обращение к материалу современной прозы позволяет выявить гендерные стереотипы, существующие в англоязычной лингвокультуре.

**Практическая значимость** работы состоит в том, что ее основные положения и выводы могут быть использованы при обучении грамматики, при составлении и чтении спецкурсов по лингвокультурологии, а также на семинарах по интерпретации текста.

**Апробация** работы проходила на XIX международной конференции студентов филологов (2016).

**Объем и структура работы.** Магистерская диссертация состоит из введения, двух глав (теоретической и исследовательской), заключения, списка использованной литературы и списка источников примеров с сокращениями. Список использованной литературы насчитывает 94 наименований (из них 27 на иностранных языках). Общий объем диссертации составляет 92 страницы печатного текста.

## **Глава I Теоретические предпосылки исследования гендерных стереотипов в лингвистике**

### **1.1 Основные положения гендерной лингвистики**

#### **1.1.1 Определение понятия гендер**

Как отмечает А.В. Кирилина «социально и культурно значимые различия в поведении, обычаях и социализации в целом мужчин и женщин sporadически фиксировались в научном описании, особенно в антропологии и этнографии. Однако идея о разграничении понятий биологического пола и пола социального (гендер) возникла лишь в период постмодернизма» [Кирилина 1999:4].

Понятие «гендер» впервые появилось в работе Р. Столлера в 1968 году [Glover, Caplan 2009]. В дальнейшем термин «гендер», заимствованный из лингвистики (gender – род (англ.)), использовался для обозначения культурных и социальных характеристик мужчин и женщин в отличие от пола как совокупности биологических характеристик.

Первой проблеме существования системы пол-гендер рассмотрела антрополог Г. Рубин (G. Rubin). Г. Рубин пыталась разработать новый подход к описанию различия полов, которое является очевидной конституирующей формой организации при возникновении общества и культуры [Хоф 2009]. Дифференциация понятий пол и гендер означала новый подход к осмыслению социальных процессов.

А.В. Кирилина отмечает, что «до сегодняшнего дня нет единого взгляда на природу гендера. Его относят, с одной стороны, к мыслительным конструктам, или моделям, разработанным с целью более четкого научного описания проблем пола и разграничения его биологических и социальнокультурных функций. С другой стороны, гендер рассматривается как конструкт социальный, создаваемый обществом, в том числе и посредством языка» [Кирилина 1999:5].

В связи с тем, что выделение одного конкретного определение гендера представляется непростой задачей, исследователи выделяют три основные теории, в рамках которых даются различные определения данного понятия: теория социального конструирования гендера, гендер как стратификационная категория и гендер как культурный символ [Тукачева 2011:10-16].

Теория социального конструирования гендера основана на двух постулатах: 1) гендер конструируется посредством социализации, разделения

труда, системой гендерных ролей, семьей, СМИ; 2) гендер конструируется самими индивидами – на уровне их сознания, принятием заданных обществом норм и ролей и подстраивания под них (в одежде, внешности, манере поведения). Данная теория апеллирует понятиями гендерная идентичность, гендерная идеология, гендерная дифференциация и гендерная роль. Под гендерной идентичностью понимается принятие человеком определений мужественности и женственности, существующих в рамках его культуры. Гендерная идеология – система идей, взглядов, которые лежат в основе определения гендерных различий и выделения гендерной стратификации, получающих социальное оправдание. Гендерная дифференциация – процесс, в котором биологические различия между мужчинами и женщинами наделяются социальным значением в целях социальной стратификации. Гендерная роль понимается как выполнение определенных социальных предписаний – т.е. соответствующие полу поведение, речевое поведение, жесты и др. [Словарь гендерных терминов 2002]. В рамках данной теории (“doing gender”) необходимо отметить понимание данного понятия феминистками С. де Бовуар и Дж. Батлер. В работе “The Second Sex” С. де Бовуар обратила внимание на различия между биологической данностью быть женщиной и социокультурным статусом, которого достигла женщина. Дж. Батлер определяет гендер как что-то, что мы конструируем: “gender is a set of repeated acts within a highly rigid regularity frame that congeal over time to produce the appearance of substance, of a natural sort of being ” [Butler 1989:33].

В теории, рассматривающей гендер как стратификационную категорию, гендер является одним из базовых измерений социальной структуры общества наряду с классовой принадлежностью, возрастом и другими характеристиками, организующими социальную систему [Ожгихина 2006, Пушкарь 2007].

Понимание гендера как культурного символа (культурной метафоры) связано с тем, что пол человека имеет не только социальную, но и культурно-символическую интерпретацию, т.е. биологическая половая дифференциация



представлена и закреплена в культуре через символику мужского и женского начала [Горошко 2000]. Это выражается в том, что многие не связанные с полом понятия и явления ассоциируются с мужским или женским началом.

Таким образом, понятие гендера является одним из способов познания человека, личности как представителя современной изменяющейся культуры и современного развивающегося общества, понимания обстоятельств, действий и событий, в центре которых находится человек; классифицирования и систематизирования совокупности ролей, статусов, поведенческих характеристик, обусловленных не столько биологическими, сколько культурными и социальными факторами.

В настоящей работе мы исследуем языковую реализацию гендерно обусловленных особенностей в речи, принимая во внимание биологический пол говорящего, и вместе с этим, учитывая тот факт, что язык и речевая деятельность человека, а также культурные и социальные факторы взаимовлияют друг на друга. Исходя из этого, мы будем опираться на определение гендера, данное А.В. Кирилиной «гендер – социокультурное понятие, связанное с приписыванием индивиду определенных качеств и норм поведения на основе его биологического пола» [Кирилина 2005:36].

### **1.1.2 История развития гендерных исследований и предпосылки исследования гендерных стереотипов**

В последние десятилетия в лингвистике интенсивно развиваются такие направления исследований, которые опираются на антропоцентрический подход к изучению языковых явлений. Особое место в таких лингвистических направлениях занимают гендерные исследования. Как отмечает Е.С. Петрова «гендерные исследования остаются чрезвычайно актуальными во всех областях гуманитарного знания» [Петрова 2007:320]. В фокусе гендерных исследований находятся культурные и социальные факторы, определяющие отношение общества к мужчинам и женщинам, поведение индивидов в зависимости от принадлежности к тому или иному полу, стереотипные представления о женственности и мужественности – все

то, что переводит проблему пола из области биологии в сферу социальной жизни и культуры.

Изучение взаимосвязи языка и пола можно разделить на два периода, рубежом которых являются 60-е годы XIX века: 1) нерегулярные (и не связанные со смежными науками) исследования, основанные главным образом на наблюдениях разрозненных фактов; 2) широкомасштабные исследования с 60-х годов, обусловленные развитием социолингвистики и социально-политическими изменениями [Кирилина 1999].

Интерес к изучению взаимосвязи пола и языка возник задолго до возникновения гендерной лингвистики и уходит корнями в исследования О. Есперсена [1922] и У. Лабова [1966] [Sunderland 2006:2]. Западные исследователи взаимосвязи пола и языка находят истоки ее возникновения в народной лингвистике (folk linguistics), которая фиксировала стереотипные представления мужественности и женственности в языке. Так, Дж. Коатс акцентирует внимание на том, что различия между мужчинами и женщинами всегда вызывали большой интерес и приводит в качестве примеров пословицы и поговорки, которые отражают особенности женской речи: *The North Sea will be found wanting water than a woman at a loss for a word; A woman's tongue wags like a lamb's tail; Three women make a market* [Coates 1997:16].

Немецкий грамматист XIX века Я. Гримм (J. Grimm) считал, что грамматическая категория рода приобретает метафорическое значение при описании картины мира в целом. Мужскому роду приписывались такие характеристики как масштабность, твердость, активность, быстрота, гибкость, творчество; женскому роду – уменьшение, мягкость, пассивность, размеренность. Вслед за Я. Гриммом, другие грамматисты подчеркивали превосходство мужчин над женщинами и считали, что женщина должна заниматься домом и семьей, потому что слово *семья* в немецком и французском языках женского рода; мужчины же должны заниматься

государственными делами, т.к. слово *государство* в немецком, французском и испанском языках мужского рода [Romanie 1997:53].

В начале XX века интерес к гендерным аспектам языка и коммуникации возрос благодаря трудам Э.Сепира, О. Есперсена, Ф. Маутнера. В 1913 году вышел труд Ф. Маутнера, посвященный критике языка, в котором ученый признает гендерные различия в языке, обоснованные социальными и историческими причинами. По его наблюдениям, в среде фабричных рабочих ненормативную лексику использовали исключительно мужчины. В аристократических слоях общества мужчины употребляли эвфемизмы, вместо инвектив и вульгаризмов, женщины чаще употребляли слова иностранного происхождения, что ученый объяснял наименьшей образованностью женщин, т.к. им сложнее было найти эквивалент в родном языке. Кроме того, творческое использование языка считалось исключительной прерогативой мужчин, а женщины, по его мнению, усваивают только то, что создано сильным полом. По О. Есперсену, женщины употребляют иную нежели мужчины лексику, более склонны к эвфемизмам и менее к ругательствам. Женщины, считает автор, консервативны в употреблении языка [Jespersen 1922]. Дж. Коатс убедительно доказывает, что научные комментарии о половых различиях в языке отражают идеи своего времени, а именно, царившее в тот период правило андроцентричности (the Androcentric rule) [Coates 1986]. Помимо этого, поскольку ученые «грамматисты» не имели языкового опыта интерпретации категории рода, гипотеза приобрела оценочный характер, в результате чего мужской род оказался первостепенным из-за приписывания именам, относящимся к нему семантики силы, активности, энергии.

Систематические гендерные исследования в лингвистике начались на рубеже 60-х – 70-х годов XX века под влиянием следующих факторов: 1) социально-политические изменения и развитие феминистского движения; 2) собственно-лингвистические факторы, такие как рост интереса к прагматическому аспекту языка и развитие социолингвистики; 3) новые

тенденции и философии – распространение идей постмодернизма и деконструктивизма [Кирилина 2000].

Активное развитие Нового женского движения в конце 60-х – начале 70-х годов XX века в США и Германии, а также возрастающее влияние социолингвистики послужили мощнейшим стимулом дальнейшего развития гендерных исследований и становления нового направления в языкознании – феминистской лингвистики, или феминистской критики языка. В качестве характерной особенности феминистской критики языка выделяют ее ярко выраженный полемический характер, привлечение к лингвистическому описанию результатов всего спектра наук о человеке (психологии, социологии, этнографии, антропологии и т.д.), а также ряд успешных попыток влиять на языковую политику.

Основополагающей в лингвистике стала работа Р. Лакофф «Язык и место женщины» [Lakoff 1975], обосновавшая андроцентричность языка и ущербность образа женщины в картине мира, воспроизводимой в языке, также автор указала особенности «женского языка» (“woman’s language”). Р. Лакофф пишет “linguistic imbalances are worthy of study because they bring into sharper focus real-world imbalances and inequities” [Lakoff 1975:43]. Иными словами, феминистки обратили внимание на то, что язык выступает в качестве мощного механизма сохранения патриархальной системы, поскольку воспроизводит андроцентричную картину мира, при этом, женщина рассматривается как существо ненормативное и предстает в роли «другого», «чужого».

Подобное представление возможно было опровергнуть путем установления истинности относительно того, являются ли различия между мужчинами и женщинами врожденными, или они приобретаются в результате социализации, а также установления зависимости речевых и поведенческих особенностей от пола. Действительно, группа характеристик, которые связываются с женщинами и мужчинами «прививаются» представителям обоих полов под влиянием принятых в обществе стереотипов

мужественности и женственности. С целью объединить комплекс характеристик, установок, обусловленных биологическим и социальным полом, в понятийный аппарат социальных дисциплин был введен термин «гендер», который как отмечает Н.О. Магнес, «включает любые поведенческие особенности, которые в представлении носителей той или иной культуры являются приемлемыми для женщин или мужчин» [Магнес 1999:45].

В феминистской лингвистике просматриваются два направления: первое относится к исследованию языка с целью выявления асимметрий в системе языка, направленных против женщин. Эти асимметрии получили название языкового сексизма, под которым понимается сохранение в языке патриархальных стереотипов, навязывающих определенную картину мира его носителям, в которой женщинам отводится второстепенная роль. Исследования языка в данном направлении основываются на гипотезе Сепира Уорфа: язык не только продукт общества, но и средство формирования его мышления. Вторым направлением феминистской лингвистики стало исследование гендерных особенностей коммуникации в однополых и смешанных группах. Иными словами, исследование стратегий и тактик гендерного речевого поведения, предпочтений в выборе языковых средств мужчинами и женщинами.

В конце 80-х – начале 90-х годов возникла гипотеза «гендерных субкультур», которая восходит к работе Д. Гамперца по исследованию межкультурной коммуникации [Gumperz 1982], а также к более ранним работам по этнологии, этнографии, истории культуры [Borneman 1991; Mead 1949]. Согласно данной гипотезе, мужчины и женщины переживают языковую социализацию по-разному, так как в детстве находятся большей частью в разнополых группах, где приняты разные тактики речевого поведения. В трудах Д. Мальца и Р. Боркер [Maltz, Borker 1991], Д. Таннен [Tannen 1992], Дж. Холм [Holmes 1993] принцип межкультурной коммуникации распространяется на гендерные отношения.

Д. Таннен в своей работе «Ты меня не понимаешь» [1990] проанализировав мужские и женские речевые стили, пришла к выводу о том, что мужчины и женщины преследуют разные цели коммуникации и, следовательно, разговор между ними подобен межкультурной коммуникации, со всеми вытекающими проблемами, сопутствующими ей.

Такой же точки зрения придерживается И.А. Стернин, ученый отмечает «воспитание мужчин в обществе направлено прежде всего на выработку определенных мужских качеств: силу, терпимость, умение скрывать свои чувства, быть спокойным, не плакать, умение добиваться своего, активно конкурируя с другими, умение быть знатоком внешнего мира. Женщины же в процессе общения требуют от мужчин проявления противоположных качеств: женщина хочет, чтобы мужчина был эмоциональным, показывал свои чувства, чтобы мужчина был не конкурирующим, а сотрудничающим, чтобы он больше был обращен не к работе, а к семье. Все это означает, что в сфере общения интересы женщин и мужчин могут оказаться прямо противоположными, что создаст почву для непонимания, конфликтов» [Стернин 2000:5].

В российском языкознании исследование особенностей лингвистической репрезентации гендера началось относительно недавно и датируется обычно серединой 90-х годов XX века. К наиболее разработанным в российской гендерологии можно отнести психолингвистические и социолингвистические аспекты [Горошко, Земская, Рыжкина и др.]. Среди работ, посвященных анализу этих проблем, необходимо отметить исследования А.В. Кирилиной и И.И. Халеевой. Большое внимание уделяется вопросам различий вербального поведения человека, обусловленных его полом [Земская, Китайгородская, Розанова, Потапов и др.]. В настоящее время актуальными являются исследования конструирования гендера языковыми средствами в различных видах дискурса [Лалетина 2007, Полевая 2014 и др.].

Гипотеза гендерных субкультур обусловила появление понятия гендерлект – постоянного набора признаков мужской и женской речи. Однако работы последних лет все четче показывают, что говорить о гендерлекте неправомерно [Samel, Kotthoff]. Исследователи считают, что роль субкультурного фактора в этом случае сильно преувеличена [Словарь гендерных терминов 2002].

Е.М. Земская, М.М. Китайгородская, Н.Н. Розанова констатируют отсутствие резких «непроходимых» границ между женской и мужской речью. Выявленные ими особенности мужской и женской речи отмечены как тенденции употребления, симптомы первого и второго порядка [Земская, Китайгородская, Розанова 1989]. Г.Г. Слышкин подчеркивает, что различия, существующие в мужской и женской речи, представляют собой своего рода тенденции и зависят от уровня образования индивидуума: чем выше уровень образования, тем меньше различия в речи [Слышкин 2000:39].

Таким образом, в гендерных исследованиях, как в зарубежных, так и в отечественных просматриваются два направления: исследование гендерных асимметрий в системе языка и исследование мужской и женской речи и их речевого поведения. Наша работа будет выполнена в рамках второго направления.

Помимо этого, в исследовании мужской и женской речи выделяют две тенденции: одни исследователи утверждают, что речь мужчин и женщин отличается [Lakoff 1975, Tannen 1990], другие же исследователи утверждают, что доказательства существования явных различий в мужской и женской речи являются неубедительными, поскольку данные различия не представляются существенными [Пилатова 2002, Слышкин 2000, Табурова 1999].

## **1.2 Понятие стереотипа**

### **1.2.1 Определение стереотипа**

В научный оборот понятие стереотипа было введено американским журналистом У. Липпманом. В работе «Общественное мнение» [1992] У.

Липпман понимал под стереотипами создаваемые культурой образы людей из других групп, которые призваны объяснить поведение этих людей и дать ему оценку, и трактовал стереотипы как избирательный и неточный способ действительности, ведущий к ее упрощению и порождающий предрассудки. По мнению У. Липпмана, «стереотипы – это предвзятые мнения, которые решительно управляют всем процессом восприятия. Они маркируют определенные объекты как знакомые или незнакомые, так что едва знакомые кажутся хорошо известными, а незнакомые – глубоко чуждыми» [Сокольская 2003:24].

В психологическом словаре под редакцией Р.С. Немова стереотип получает следующую дефиницию:

1. Система относительно стабильных (фиксированных), чрезмерно упрощенных убеждений (установок, отношений), касающихся определенной социальной группы людей. Стереотип в этом его понимании почти всегда носит отрицательный оттенок.

2. Система принятых в данной культуре, широко распространенных в ней мнений, суждений, оценок, касающихся психологических особенностей поведения определенной группы людей. В этом его понимании термин «стереотип» может нести в себе как положительный, так и отрицательный оттенок [Немов 2007: 99].

В словаре лингвистических терминов под редакцией Т.В. Жеребило стереотип определяется как «одна из форм обработки информации и состояния знания» [Электронный словарь лингвистических терминов 2010].

Согласно определениям стереотипа, зафиксированным в словарях и энциклопедиях, стереотип представляет собой упрощенные, стандартизированные образы или представления о социальном явлении или объекте, обычно эмоционально окрашенные, обладающие большой устойчивостью, а также позволяющие экономить человеческие усилия при восприятии действительности. Стереотипы образуют упорядоченный, более



или менее непротиворечивый образ мира, тем самым помогая человеку ориентироваться в реальном мире.

В рамках когнитивной лингвистики стереотип трактуется как «стандартное мнение о социальных группах или об отдельных лицах как представителях этих групп» [Кубрякова, Демьянков 1997:89]. Также отмечается, что стереотип «обладает логической формой суждения, в заостренно упрощающей и обобщающей форме, с эмоциональной окраской приписывающего определенному классу лиц определенные свойства или установки, или, наоборот, отказывающего им в этих свойствах или установках» [там же].

В этнолингвистике и лингвокультурологии стереотипы являются «некоторым представлением фрагмента окружающей действительности, фиксированной ментальной картинкой, являющейся результатом отражения в сознании личности типичного фрагмента реального мира, неким инвариантом определенного участка картины мира» [Красных 2002:177-178]. То есть стереотип является фрагментом картины мира, который существует в нашем сознании как некое устойчивое, минимизировано-инвариантное представление, обусловленное национально-культурной спецификой.

Мы проведем анализ высказываний женских и мужских персонажей, содержащих гендерные стереотипы о представителях своей и противоположной гендерной идентичности, на предмет стереотипности, экспрессивности и оценочности. Исходя из этого, в данной работе мы будем придерживаться определения, принятого в когнитивной лингвистике, о том, что стереотип – это суждение, в заостренно упрощающей и обобщающей форме, с эмоциональной окраской приписывающее определенной социальной группе свойства или установки, а также когнитивные, ментальные и поведенческие особенности, характерные данной группе.

### **1.2.2 Классификация стереотипов**

Стереотип исследуется в разных сферах гуманитарных наук от психологии и социологии до лингвистики и этнографии. Это объясняет многообразие разных пониманий стереотипа. Рассмотрим основные характеристики стереотипа.

По субъекту стереотипизации выделяют коллективные (культурные или массовые) и индивидуальные стереотипы. Согласно западным ученым, коллективными стереотипами называются принимаемые и общие для всех представителей данной культуры паттерны представлений и убеждений [Эшмор, Дель Бока]. По мнению отечественных исследователей данная трактовка является преувеличенной и отражает крайнюю позицию, поэтому коллективным стереотипом они предлагают называть стереотипы, разделяемые достаточно большим числом индивидов в пределах социальных общностей [Семендяева 1986, Сорокина 2013, Стефаненко 1999]. Таким образом, коллективными можно считать стереотипы, характеризующиеся высокой степенью согласованности. Индивидуальные стереотипы – это представления отдельного индивида, которые могут совпадать или не совпадать с коллективными представлениями.

По объекту стереотипизации выделяют антропостереотипы, событийные и предметные [Донец, Сорокина 2013]. Антропостереотипы, т.е. стереотипы, относящиеся к человеку, делятся на стереотипы персоналий (относятся к отдельному человеку) и социальные стереотипы, которые относятся к какой-либо социальной группе или людям как ее членам. Наиболее часто используемой классификацией стереотипов по объекту является выделение различных видов социальных стереотипов, которые подразделяются на гендерные, возрастные, профессиональные, расовые, этнические, классовые и т.д. Именно к социальным стереотипам применима классификация по отношению «свой»/ «чужой», т.е. по принадлежности субъекта стереотипизации к определенной социальной группе. По этому параметру стереотипы подразделяются на авто- и гетеростереотипы.

Автостереотип – это образ-представление какой-либо социальной группы о самой себе, гетеростереотип – образ-представление данной группы о других, чужих группах. Поскольку в настоящей работе мы рассматриваем гендерные стереотипы, входящие в класс социальных стереотипов, остановимся на авто-и гетеростереотипах более подробно. Как отмечает Г.У. Солдатова «автостереотип и гетеростереотип – не автономные единицы, а структурно взаимосвязанные компоненты единого целостного образования личностного и группового самосознания» [Солдатова 1998:12].

У каждого человека формируется определенный образ своей группы («мы такие») и образы других групп («они такие», как правило, другие). Своя социальная группа в большей или меньшей степени противопоставляется другой группе, что позволяет выделить важную функцию социальных стереотипов – межгрупповой дифференциации и поддержания позитивной групповой идентичности.

Таким образом, это ведет к формированию ингруппового фаворитизма – сознательного или неосознанного предпочтения своей группы другим группам. В связи с этим, исследователи отмечают более позитивную окраску автостереотипа по сравнению с гетеростереотипом. Автостереотипы чаще всего «монотонно позитивны» [Солдатова 1998:74] и являются «сосредоточием социально одобренных ценностных характеристик» [Окладникова 2006:97]. В свою очередь гетеростереотипы имеют «гораздо более широкий эмоциональный диапазон...от почитания до ненависти» [Назырова 2001:74].

Помимо указанной тенденции в эмоционально- оценочном компоненте авто- и гетеростереотипов исследователи выделяют еще одно различие. Автостереотипы практически всегда «более разнообразны и комплексны, а гетеростереотипы более монолитны и односторонни» [Аксянова, Давыдова 2003:23]. Г.У. Солдатова объясняет это явление «детализированным знанием» о своей группе при формировании автостереотипов и «дефицитом информации» в случае с гетеростереотипами [Солдатова 1998:74].

В ходе изучения функционирования авто- и гетеростереотипов наряду с собственно стереотипом выделяют контрстереотип [Солдатова 1998]. Контрстереотип формируется на основе личностного субъективного опыта, когда индивид наблюдает поведение члена «чужой» группы, выпадающее за рамки существующего стереотипа об этой группе, т.е. получает информацию, не подтверждающую стереотип.

Таким образом, в системе координат «свой»/«чужой» функционирует сложный комплекс образов-представлений, состоящий из авто-, гетеро- и контрстереотипов.

По содержанию аффективного компонента выделяют позитивные и негативные стереотипы, или утверждающие и отрицающие. Следует отметить, что стереотипы с разным эмоционально-оценочным содержанием могут иметь одну и ту же когнитивную составляющую и подразумевать одно и то же свойство, предписываемое данной группе, при этом данная составляющая или свойство будут по-разному оцениваться индивидами в зависимости от принадлежности к «своей» или «чужой» группе и отличаться при выборе формулировок.

По условиям формирования различают интенциональные и спонтанные стереотипы [Мануковский 2005]. Интенциональный стереотип формируется целенаправленно при создании определенного имиджа той или иной социальной группы. Спонтанные стереотипы возникают без влияния каких-либо социальных интересов.

По степени изменчивости (динамика стереотипа) стереотипы делятся на устойчивые и подвижные [Гладких 2001:13] или константные и динамические [Аносов 2013].

По степени адекватности отражения действительности различаются истинные и ложные стереотипы. Американский социолог и психолог К. Юнг отмечал, что стереотип – это «ложная классификационная концепция» [Бабаева 2000], в связи с этим стереотип долгое время классифицировался как заведомо ложное и неверное суждение. Лишь с возникновением гипотезы О.

Клайнберга стало распространяться мнение о наличии в стереотипах некоего «зерна истины» [Стефаненко 2000].

Указанные характеристики стереотипа будут использованы нами для анализа высказываний, содержащих гендерные стереотипы о мужчинах и женщинах. Также данные характеристики стереотипа послужат основой для выводов о гендерных стереотипах, распространенных в англоязычной лингвокультуре.

### **1.2.3 Понятие социального стереотипа**

Впервые понятие «социальный стереотип» ввел в употребление У. Липпман, анализируя влияние определенного знания о предмете на его восприятие и оценку при непосредственном контакте. У. Липпман определяет стереотипы как упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой «картинки» мира «в голове» человека, которые экономят его усилия при восприятии сложных социальных объектов и защищают его ценности, позиции и права [Липпман 2004]. По его мнению, человек не может располагать всей необходимой информацией для формирования собственного мнения о событиях или ориентации в реальной действительности. По этой причине он вынужден прибегать к шаблонным интеллектуальным решениям. У. Липпман обратил внимание не только на социально-психологические особенности исследуемого феномена, но также указал на некоторые закономерности его формирования и функционирования.

С тех пор было предложено большое количество различных определений социального стереотипа. Вслед за У. Липпманом, другие исследователи стереотипа приняли тезис о стереотипах как о защите от сложности и неоднозначности мира. Так, Т. Шибутани определяет социальный стереотип как «популярное понятие, обозначающее приблизительную группировку людей, с точки зрения какого-то легко различимого признака, поддерживаемое широко распространенными представлениями относительно свойств этих людей» [Шибутани 1969:98]. Р.

Таджури под социальным стереотипом понимает «склонность воспринимающего субъекта легко и быстро заключать воспринимаемого человека в определенные категории в зависимости от его возраста, пола, этнической принадлежности, национальности и профессии, тем самым приписывать ему качества, которые считаются типичными для людей этой категории» [Taguiri 1969:422].

Социальные стереотипы проявляются как стереотипы мышления и поведения личности. Они возникают на основе спонтанных чувств и эмоций, но определяются естественными условиями развития людей, закрепленными в коллективном сознании. По мнению В. Г. Крысько, социальные стереотипы – это «формируемые под влиянием определенных условий восприятия или под воздействием представителей тех или иных общностей и распространяемые посредством культуры и языка в определенных социальных группах схематизированные устойчивые образы и представления о фактах действительности, приводящие к весьма упрощенным и преувеличенным оценкам и суждениям со стороны индивидов» [Крысько 2002:32]. Также автор отмечает, что социальные стереотипы охватывают наиболее яркие, броские черты явления или события [там же].

Следует отметить, что исследование социального стереотипа делится на два основных направления. Во-первых, социальный стереотип рассматривается как этнический или национальный стереотип, во-вторых, изучается проявление социального стереотипа на индивидуальном и групповом уровнях как отражения «я-образа» и «мы-образа» [Прохоров 2006: 76].

Так, В.Г. Крысько и Г.В. Елизарова считают, что для изучения культурно обусловленных психологических особенностей восприятия необходимо разделять стереотипы на этнические и национальные. В этой связи социальные стереотипы определяются как «упрощенные, схематизированные, эмоционально окрашенные и чрезвычайно устойчивые образы каких-либо этнических групп или общностей, легко переносимые на

всех представителей этих групп» [Елизарова 2005: 85]. Согласно А.П. Садохину, социальные стереотипы – это «устойчивые суждения о представителях одних национальных групп с точки зрения других» [Садохин 2005: 79].

Результаты исследований в области социального стереотипа были резюмированы Г. Тэшфелом следующим образом: 1) люди с легкостью проявляют готовность характеризовать обширные человеческие группы (или социальные категории) недифференцированными, грубыми и пристрастными признаками; 2) такая категоризация отличается прочной стабильностью в течение очень длительного времени; 3) социальные стереотипы в некоторой степени могут изменяться в зависимости от социальных, политических или экономических изменений, но этот процесс происходит крайне медленно; 4) социальные стереотипы становятся более отчетливыми или враждебными, когда возникает социальная напряженность между группами; 5) они усваиваются очень рано и используются детьми задолго до возникновения ясных представлений о тех группах, к которым они относятся; 6) социальные стереотипы не представляют большой проблемы, когда не существует явной враждебности в отношениях групп, но в высшей степени трудно модифицировать их и управлять ими в условиях значительной напряженности и конфликта [Tajfel 1978]. Ученым также были выделены четыре функции стереотипов, две из которых реализуются на индивидуальном уровне, две – на групповом. Значение стереотипа на индивидуальном уровне: когнитивная (селекция социальной информации, схематизация, упрощение); ценностно-защитная (создание и поддержание положительного «Я-образа»). На групповом уровне: идеологизирующая (формирование и поддержание групповой идеологии, объясняющей и оправдывающей поведение группы); идентифицирующая (создание и поддержание положительного группового «Мы-образа»).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что социальный стереотип состоит из трех элементов: 1) когнитивного – информация об объекте

стереотипизации; 2) аффективного (эмоционального и оценочного) – выражение личностных субъективных (коллективных) оценок, эмоций относительно объекта; 3) социального (поведенческого, моторного) – предписание действий относительно объектов окружающего мира.

Итак, социальный стереотип является универсальным механизмом понимания окружающего мира, передачи общественно важной информации в процессе социального взаимодействия, а также категоризации общества на основе ярко выраженных, социально значимых характеристик. Кроме того, социальные стереотипы включают в себя другие виды стереотипов, выделяемые по объекту стереотипизации: гендерные, возрастные, профессиональные, расовые, этнические и другие. В настоящей работе мы рассматриваем гендерные стереотипы.

#### **1.2.4 Определение гендерного стереотипа**

Как отмечается выше, гендерные стереотипы являются частным проявлением социальных стереотипов и, соответственно, также прототипичны, собирательны, и обладают национально-культурной спецификой. Гендерные стереотипы, возникающие над биологически-половой реальностью, отражают совокупность биологических признаков, социальных ролей, особенностей психики и поведения, присущих представителям данного пола в рамках определенной культуры.

В обществе функционирует большое количество стереотипов, которые формируются на асимметрии женского и мужского. В любом обществе существует разделение на мужчин и женщин, на основе которого той или иной гендерной группе предписывают определенные роли поведения. К тому же во многих культурах существуют эмоционально окрашенные идеалы, образы традиционной мужественности и женственности, согласно которым общество судит о ценности индивида как представителя конкретного пола.

Гендерные стереотипы непосредственно связаны с социальными ролями мужчин и женщин. Согласно теории социальных ролей Э. Игли,



многие гендерные различия predeterminedены отличительными особенностями социальных ролей, которые поддерживают или подавляют в мужчинах и женщинах определенные варианты поведения. Различия в поведении являются следствием того, что гендерные роли влияют на получаемые опыт, навыки и восприятие у мужчин и женщин [Eagly 1987].

Распределение полов по разным социальным ролям приводит к неким социальным нормам, в соответствии с которыми женщины и мужчины ведут себя определенным образом. Проявление мужчинами и женщинами полостереотипного поведения зависит от особенностей ситуации и того поведения, которое считается в данной ситуации «правильным», т.е. социальные роли, как правило, являются регламентированными. Такая регламентация стереотипизируется, а затем функционирует в коллективном сознании по схеме «правильное/неправильное». Перечень «желательных/правильных», то есть положительно оцениваемых обществом, в некотором смысле идеальных мужских качеств выглядит так: напористость, честолюбие, дух соперничества, независимость, самодостаточность, способность к лидерству, твердость убеждений, принципиальность, сила воли. Мужчины – сильный пол, они не плачут, они умнее женщин и должны руководить, они имеют право на то, на что не имеют права женщины. Женщинам, в свою очередь, присущи эмоциональность, разговорчивость, чувствительность, нежность, терпение, романтичность, переменчивость настроения. Женщина не может быть руководителем, все женщины хотят только одного – выйти замуж, умная женщина не может быть счастлива в личной жизни. Желательными для женщин признаются способность к состраданию, мягкость, участливость, нежность, душевная теплота и любовь к детям [Kammeyer 1997:336–337].

Итак, социальная роль включает в себя такие элементы как позиция, ролевые ожидания, ролевые партнеры, ролевые предписания и, как отмечает Е.М. Бакушева, наиболее существенным элементом данной структуры

являются ролевые ожидания, которые требуют от говорящего следования определенному стереотипу поведения [Бакушева 1995].

С одной стороны, гендерные стереотипы являются культурно обусловленными, с другой стороны, они осознаются индивидом в соответствии с его личным опытом. Следовательно, по мнению А.А. Романова, гендерные стереотипы представляют собой «устойчивые, регулярно повторяющиеся формы поведения, отражающие культурные традиции и этническое своеобразие участников коммуникативного обмена» [Романов 2000:16]. Стереотипы вообще и гендерные, в частности, – это также особые формы хранения знаний и оценок, т.е. концепты «ориентирующего поведения» говорящей личности [Матурана 1995], взаимодействие с которой происходит на основе ее наблюдения, интерпретации событий и когнитивной и языковой репрезентации [Кравченко 2001].

Гендерные отношения особенным образом выражают системные характеристики социальной организации и структурируют отношения между говорящими субъектами. Как отмечает А.В. Кирилина «гендерные отношения фиксируются в языке в виде культурно обусловленных стереотипов, накладывая отпечаток на поведение, в том числе и речевое, на личность и на процессы ее языковой социализации» [Кирилина 1999:9].

Вслед за А.В. Кирилиной, под гендерными стереотипами мы будем понимать «культурно и социально обусловленные мнения и пресуппозиции о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражение в языке» [Кирилина 1999: 98–99].

Гендерные стереотипы связаны с языковым выражением фемининности и маскулинности, но не обязательно идентичны им. А.В. Кирилина отмечает, что поскольку гендерные стереотипы являются ментальным образованием, они актуализируются не только в процессе вербализации, но также, будучи связанные с подсознанием, могут включать невербальные компоненты [там же]. А.В. Кирилина убедительно доказывает, что гендерные стереотипы

могут быть исчислены по данным языка; они обнаруживают как стабильность, так и определенную изменчивость и динамику. Можно предположить, что в разных культурах и языках наблюдаются различная динамика гендерных стереотипов и качественное изменение в эмоционально-оценочном компоненте гендерных стереотипов.

М.С. Колесникова отмечает, что «гендерные стереотипы ... неизбежны, поскольку в качестве общих когнитивных схем служат цели глобальной ориентации в социальной сфере жизни и тем самым способствуют осознанию наиболее общих закономерностей развития общества» [Колесникова 1999:218]. Гендерные стереотипы могут быть истинными и ложными. В случае если гендерный стереотип оказывается ложным, он осложняет ориентацию человека в социальной сфере жизни и приводит к тому, что та или иная гендерная группа оценивается негативно в отношении определенного параметра, характеризующего данную группу.

Устойчивость гендерных стереотипов также находится в фокусе внимания исследователей. Одни исследователи считают, что в настоящее время происходит переосмысление понятий женственности и мужественности в направлении гендерной нейтрализации. Как отмечает И.Г. Серова, гендерная нейтрализация связана с растущей востребованностью женского труда в социальной сфере, ростом самосознания и образования женщин, осознанием ценности фемининных когнитивных стилей коммуникации и научном познании [Серова 2006].

Другие исследователи приходят к выводу о том, что правомерно говорить о множественных мужественностях и женственностях. Так, по мнению Л.В. Деркачёвой «более корректно было бы говорить о многочисленных мужественностях» [Деркачёва 2011:84]. И.С. Кон, внесший вклад в теорию стереотипизации указывает, что «маскулинности, как и сами мужчины и характерные для них стили жизни, неоднородны, многомерны и множественны, стереотип «настоящего мужчины» имеет смысл только в определенной системе взаимосвязанных социальных представлений» [Кон

2010:99-114]. В англоязычной культуре наблюдается расширение набора актуализируемых концептов женственности, среди которых, элитарность, практичность, сексуальность, конкуренция, готовность к борьбе за «место под солнцем» [Ермакович 2003:18].

Художественный текст как продукт определенной культуры аккумулирует ценности, опыт поколений, знания значимые для определенного социума, в том числе, содержит в себе информацию о женственности и мужественности – категориях, которые привлекают внимание людей, а также вызывают постоянные споры и разногласия. В исследовательской части будут проанализированы высказывания мужчин и женщин, содержащие гендерные стереотипы, на основании которых будут получены данные о гендерных стереотипах, в частности, автостереотипах, гетеростереотипах.

### **1.3 Лексические и грамматические особенности мужской и женской речи**

Относительно различий в мужской и женской речи Дж. Эдвардс отмечает так называемые «гендерно-предпочитаемые» языковые средства (gender-preferential), т.е. выбор языковых средств и маркеров определяется гендерной принадлежностью индивида [Edwards 2009]. Рассмотрим особенности женской и мужской речи, выделяемые теми исследователями, которые придерживаются той точки зрения, согласно которой речь мужчин и женщин отличается.

В книгу «Язык: его природа, развитие и происхождение» О. Есперсен включил главу «Женщина», в которой представлено обобщение существовавших в то время исследований по женскому языку в разных частях мира. В эту главу ученый также включил раздел о словарном составе языка [Jespersen 1922].

Так, О. Есперсен отмечал большую склонность женщин к использованию эвфемизмов и меньшую склонность к сквернословью.

Исследования российских лингвистов также подтвердили, что «женщины не употребляют крепких словечек, как мужчины» [Степанов 1969:176]. В.И. Жельвис детально исследовал слой сниженной (в том числе нецензурной) лексики и уделил большое внимание тому, какие инвективы предпочитают использовать женщины, а какие – мужчины. Его вывод совпадает с данными, указанными выше «там, где мужчины прибегают к очень резким и вульгарным инвективам, женщины, как правило, предпочитают использовать более мягкие обороты или внешне очень скромно звучащие междометия» [Жельвис 1991]. Исследователь считает, что мужчины используют резкие или вульгарные инвективы для того, чтобы освободиться от излишней агрессии, накопившейся в результате стрессов. Однако американские лингвисты Д. Камерон и Д. Коатс, исследовав речь и речевое поведение мужчин и женщин, предлагают другое объяснение пристрастию мужчин к грубым, резким выражениям: причина в том, что ненормативная лексика и отклонение от общепринятых норм имеют статус «скрытого престижа» [Cameron, Coates 1988]. В своем исследовании особенностей мужского коммуникативного поведения И.А. Стернин называет активное сквернословие существенной особенностью мужского общения [Стернин 1999: 182-189].

Е.А. Земская, М.В. Китайгородская, Н.Н. Розанова пришли к выводу о том, что речь женщины гораздо более эмоциональна. Для передачи своих эмоций женщины используют, во-первых, наречия-интенсификаторы *so* (так, настолько), *such* (такой), *awfully* (ужасно в значении очень), *terribly* (страшно), во-вторых, семантически пустые прилагательные *gorgeous* (великолепный), *divine* (изумительный), *splendid* (превосходный). Помимо наречий и пустых прилагательных женщинам характерно использование междометий «как средство выражения значений связанных с эмоциональной реакцией человека» [Борисова 2003:22]. Мужчины, как показывают наблюдения, избегают слишком эмоциональных восклицаний [Степанов 1969: 176].

Большая эмоциональность женщин, видимо, проявляется и в большей склонности женщин к оцениванию. Как показывает исследование М.А. Ягубовой, на долю женщин приходится в 2,5 раза больше оценочных словоупотреблений, чем на долю мужчин [Ягубова 1998:43]. Самыми заметными отличиями женщин в области употребления оценочных слов М.А. Ягубова называет большую значимость эмоциональных оценок и тенденцию к преувеличению оценок и эмоций, которая выражается в более частом использовании интенсификаторов, стилистически и эмоционально окрашенных средств. Мужчины, напротив, характеризуются большей конкретностью, мотивированностью, рационалистичностью оценок. Их взгляд более критичен, чаще обращен к серьезным проблемам: работе, профессиональным и деловым качествам [Ягубова 1998:54].

В отличие от Е.А. Земской, М.В. Китайгородской, Н.Н. Розановой, которые считают, что использование наречий и пустых прилагательных связано с эмоциональностью женщин, О. Есперсен приписывал использование данных лексических особенностей женской болтливости [Jespersen 1922]. О. Есперсен приводит примеры из всех основных европейских языков. Однако Дж. Коатс критикует ученого за то, что данные выводы имеют наблюдательный характер и не основаны на достоверных данных, которые бы явственно показали, что их используют только женщины или преимущественно женщины [Coates 1986]. Р. Лакофф в уже упомянутой монографии «Язык и место женщины» также выделяет так называемые «пустые» прилагательные, например *превосходный, очаровательный, милый...* как типичные по ее определению для «женского языка» и употребление усилительного “so”, которое «более частотно в женском языке, чем в мужском, хотя, конечно, и мужчины могут использовать его» [Lakoff 1975:53-54]. По мнению Р. Лакофф, особенности женской речи делают ее слабой, неуверенной и безвластной.

Также исследователи отмечают, что женщины гораздо интенсивнее используют модальные элементы, получившие в англоязычной лингвистике

название *qualifiers/ hedges*. Они включают модальные глаголы *might, could*; модальные ограничители, среди которых такие устойчивые сочетания, как *kind of, sort of, to some extent*, частицы *just, only, somewhat*; вводные предложения *I suppose, I think, I guess, I mean, I'm afraid, I wonder, you know*; наречия *maybe, possibly, probably, apparently, presumably* и др. [Coates 1996; Антинескул 2000; Жигайкова 2004]. Подобные деинтенсификаторы создали женской речи репутацию неуверенной и колеблющейся. Однако они имеют вполне определенные функции, в особенности, если учесть интонационное оформление, они смягчают категоричность высказывания, предотвращая тем самым возможную угрозу личности участников общения.

Еще одной лексической особенностью является то, что мужчины стремятся к точности наименования предметов, а также склоны к использованию большого количества терминов и профессионализмов [Земская, Китайгородская, Розанова 1993]. Это же подтверждается в исследовании А.Ю. Беляевой, также автор отмечает предпочтение женщин использовать приблизительные обозначения и местоимение «это» (сопровождаются указательным жестом, кивком головой или движением рукой, пальцем в сторону нужного предмета) [Беляева 2002:51].

По мнению А.О. Лалетиной, женщины часто употребляют местоимение *we* как подтверждение идеи о коллективном стиле общения, как индекс личного опыта и социального сближения [Лалетина 2007:19].

Относительно грамматических различий в языке мужчин и женщин О. Есперсен утверждает, что женщины часто говорят незаконченными предложениями, в частности, это касается восклицательных предложений. Ученый дает свое объяснение данному факту: «женщины гораздо чаще, чем мужчины, обрывают предложение, не закончив его, так как, они начинают беседу, не задумываясь о том, что собираются сказать...» [Jespersen 1922:250]. Дж. Коатс снова критикует ученого, говоря, что, на самом деле, незаконченные высказывания могут встречаться в речи представителей обоих полов [Coates 1986].

Современные исследователи отмечают, что в речи мужчин довольно часто возникает следующая ситуация: как бы намеренно правильное построение фразы в начале и чаще всего смятый конец или вообще отсутствие его, незавершенность. Е.К. Андрианова дает такое определение прерванным высказываниям «Прерванные высказывания – высказывания, в которых произошла реализация плана высказывания, но коммуникативное намерение автора не разрешено до конца. Появление прерванных предложений может быть обусловлено как внутренними причинами, основанными на аритмии и нарушении операций при порождении предложения, так и внешними причинами коммуникативного плана» [Андрианова 2007:35-36].

Также необходимо подчеркнуть употребление паратаксиса и гипотаксиса. Паратаксис – модель построения сложного предложения с сочинительной связью, гипотаксис состоит из главного и одного или более придаточных предложений, подчиненных главному. О. Есперсен пишет, что «мужское предложение подобно набору китайских коробочек, одна в другой, тогда как женское похоже на жемчужины, нанизанные на нить из союзов *and* и других подобных слов» [Вахрамеева 2009:46]. Дж. Коатс выявила, что среди ученых существовала тенденция принимать за эталон официальную письменную прозу. Письменный язык в то время, как отмечает Дж. Коатс, большей частью был написан мужчинами. На основании вышесказанного Дж. Коатс делает вывод, что О. Есперсен мог судить о мужчинах по письменному синтаксису, а о женском синтаксисе, вероятно, делал заключения, исходя из разговорного языка [Coates 1986].

К грамматическим особенностям женской речи Р. Лакофф относит частое употребление tag questions (разделительных вопросов), что по ее мнению создает у коммуникантов ощущение неуверенности и нерешительности [Lakoff 1975]. Однако Дж. Коатс отмечает полифункциональную направленность вопросительных предложений: поддержание разговора, возможность участия всех говорящих в разговоре,



также предотвращение угрозы негативному/позитивному лицу. Это позволило исследователям установить, что женское коммуникативное поведение является кооперативным [Goodwin 2003]. Женщина выбирает такие языковые средства, при помощи которых ей удается поддержать близость и равенство с собеседником, критиковать, используя при этом вежливые формы, а также точно передавать слова другого человека [Sheldon 1993:88]. Также автор вводит понятие “double-voice discourse”, т.е. диалог, в процессе которого говорящий ориентируется на цели и интересы собеседника, без ущерба своим интересам и своему мнению» [Sheldon 1997:231]. Автор считает, что “double-voice discourse” характерен для женского коммуникативного поведения.

Помимо этого, Дж. Коатс подчеркивает склонность женщин употреблять риторические вопросы. О.Л. Антинескул отмечает, что «риторический вопрос выражает эмоциональность восприятия и невозможность найти рациональное решение» [Антинескул 2000:10]. Е.А. Жигайкова называет вопросительные предложения «движущей силой разговора», считая их неотъемлемой частью структуры диалога, предполагающей коммуникативное воздействие двух собеседников [Жигайкова 2004:13].

В качестве особенности женской речи Дж. Коатс также выделяет повторение, которое может быть актуализировано на лексическом, грамматическом и синтаксическом уровнях [Coates 1997:251-252].

Согласно результатам зарубежных исследователей, мужчины в своей разговорной речи используют больше существительных и глаголов, а в речи женщин встречаются чаще прилагательные и наречия [Беляева 2002:57].

Таким образом, можно заключить, что исследования особенностей вербальной речи мужчин и женщин до конца XX века практически не принимали во внимание социокультурные факторы, а в большей степени были основаны на различиях биологических полов. На начальном этапе

развития феминистской лингвистики предполагалось, что пол является определяющим фактором коммуникации.

Однако позже ученые стали отмечать, что различия в мужской и женской речи не столь значительны и не проявляют себя в любом речевом акте. Так, в 90-е годы лингвистами было окончательно опровергнуто существование «женского языка», описанного Р. Лакофф. Как отмечает С.К. Табурова, «константные гендерные различия не были найдены ни в объеме словаря, ни в выборе прилагательных и наречий, что не исключает, что внутри различных социальных групп представители различных полов могут использовать несколько различный словарь. Также не обнаружено константных различий в области синтаксических конструкций, например, в плане использования определенных образцов вопросительных предложений. Женский и мужской языки скорее суггестируют гендерные схожести и различия, чем существуют на самом деле» [Табурова 1999: 39].

Современные исследователи все чаще обращают внимание на то, что использование языка мужчинами и женщинами зависит не столько от гендерных различий, сколько «определяется социальным и ситуативным контекстом, а также индивидуальными особенностями говорящего» [Вахрамеева 2009:70]. Вслед за исследователями, которые ставят под сомнение существование непроходимых границ между мужской и женской речью, мы полагаем, что выбор языковых средств мужчинами и женщинами зависит от различных факторов коммуникации.

### **Выводы по Главе I**

В первой главе рассмотрены существенные для настоящей работы положения, которые получили освещение в трудах отечественных и зарубежных ученых, занимающихся исследованием стереотипов и гендера. Их обзор и анализ позволяет нам сделать следующие выводы.

В настоящей работе под гендером понимается социокультурное понятие, связанное с приписыванием индивиду определенных качеств и норм

поведения на основе его биологического пола. В гендерной лингвистике различают два направления, первое из которых занимается исследованием гендерных асимметрий в системе языка, а второе – исследованием специфических особенностей мужской и женской речи и шире – коммуникативного поведения. Наше исследование выполнено в русле второго направления.

Помимо этого, в изучении мужской и женской речи выделяются два подхода. Согласно первому подходу, в речи и речевом поведении мужчин и женщин выделяются особенности, приписываемые тому или иному гендеру. Согласно второму подходу, различия в мужской и женской речи не являются существенными, а использование языка мужчинами и женщинами зависит не столько от гендерных различий, сколько определяется социальным и ситуативным контекстом, а также индивидуальными особенностями говорящего.

Под стереотипом мы понимаем суждение, в заостренно упрощающей и обобщающей форме, с эмоциональной окраской приписывающее определенной социальной группе свойства или установки, а также когнитивные, ментальные и поведенческие особенности, характерные данной группе.

Социальный стереотип рассматривается нами как универсальный механизм понимания окружающего мира, передачи общественно важной информации в процессе социального взаимодействия, а также категоризации общества на основе ярко выделяемых, социально значимых характеристик.

Социальный стереотип включает в себе три основные составляющие: когнитивную – информация об объекте стереотипизации; аффективную (эмоциональную и оценочную) – выражение личностных субъективных (коллективных) оценок, эмоций относительно объекта; социальную (поведенческую, моторную) – предписание действий относительно объектов окружающего мира.

К социальным стереотипам применима классификация по отношению «свой»/«чужой», т.е. по принадлежности субъекта стереотипизации к определенной социальной группе. По этому параметру стереотипы подразделяются на авто- и гетеростереотипы. Автостереотип – это образ-представление какой-либо социальной группы о самой себе, гетеростереотип – образ-представление данной группы о других, чужих группах. Помимо этого, ученые выделяют метастереотипы, т.е. представление человека о стереотипах другой группы относительно своей. По объекту стереотипизации социальные стереотипы подразделяются на гендерные, возрастные, этнические, классовые, расовые, профессиональные стереотипы. В настоящей работе мы рассматриваем гендерные стереотипы как разновидность социальных стереотипов.

Под гендерными стереотипами мы будем понимать культурно и социально обусловленные мнения и пресуппозиции о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражение в языке. Гендерные стереотипы связаны с языковым выражением фемининности и маскулинности, но не обязательно идентичны им. Гендерные стереотипы могут быть исчислены по данным языка; они обнаруживают как стабильность, так и определенную изменчивость и динамику. Можно предположить, что в разных культурах и языках наблюдаются различная динамика гендерных стереотипов и качественное изменение в эмоционально-оценочном компоненте гендерных стереотипов.

## **Глава II Практическое исследование языковых и гендерных характеристик высказываний, содержащих гендерные стереотипы**

В Главе II настоящего исследования на языковом материале, полученном методом сплошной выборки из произведений английской художественной литературы, будут рассмотрены высказывания мужских и женских персонажей, содержащие гендерные стереотипы относительно своей

и противоположной гендерной идентичности с целью установления на их основе диапазона языковых средств реализации гендерных стереотипов, а также выявления наиболее распространенных гендерных стереотипов в англоязычной лингвокультуре.

## **2.1 Высказывания женских персонажей**

Собранный корпус примеров стереотипных высказываний был поделен на группы высказываний женских персонажей о женщинах и мужчинах и высказываний мужских персонажей о женщинах и мужчинах. Поскольку высказывания женских персонажей представляют самую обширную группу высказываний (145 примера из 220), мы начнем анализ с рассмотрения данной группы.

### **2.1.1 Высказывания женских персонажей, содержащие гендерные стереотипы о представительницах своей гендерной идентичности**

В данном разделе рассматриваются высказывания женщин о представительницах своей гендерной идентичности с указанием на гендерные стереотипы о них самих или **автостереотипы**. Данная группа высказываний является самой обширной среди высказываний женских персонажей, содержащих гендерные стереотипы (68 примеров из 145).

Довольно часто женские персонажи высказываются о женщинах, акцентируя внимание на **семейном статусе женщины, а также на наличии или отсутствии детей**. При этом высказывания **замужних женщин о незамужних женщинах экспрессивны и часто имеют явно выраженную негативную оценку**. Подобные высказывания подчеркивают именно семейный статус, не беря во внимание профессиональный, социальный и другие аспекты жизни женщины:

1. *No wonder all those single women kept cats. (J.K. 109)*

Данное высказывание представлено сложноподчиненным предложением с придаточным дополнительным (*object clause*).

Стереотипность высказывания выражена лексемой *women* в значении множественности, а также за счет того, что в главном предложении предикатив выражен существительным с отрицательной частицей *no wonder*, что указывает на то, что суждение в придаточном предложении является широко распространенным и не удивляет носителей англоязычной лингвокультуры. Высказывание носит эмоционально-оценочный характер. Экспрессивность высказывания вербализована элементом всеобщности, выраженном дистрибутивным местоимением *all*. Указательное местоимение *those* усиливает негативную оценку по отношению к незамужним женщинам, имплицитно выражая всеобщее мнение о том, что быть незамужней женщиной неприлично, если женщина не замужем, значит с ней «что-то не так».

Несмотря на то, что зачастую высказывания женских замужних персонажей относительно одиноких женщин характеризуются негативной оценочностью, в просмотренном корпусе примеров были зафиксированы высказывания, в которых содержится **положительная оценка относительно незамужней женщины**. Рассмотрим пример (2):

2. *You never married, never had children. Most women would have killed themselves. But not you... (C.B. 75, b).*

Высказывание стереотипно за счет элемента всеобщности *most women*. Высказывание также экспрессивно, однако по сравнению с предыдущим примером, экспрессивность выражена посредством грамматических средств, а не лексических. Высказывание репрезентировано парцеллированной конструкцией, которая, как отмечает О.В. Шушлебина, состоит из двух элементов: базовой структуры (основное сообщение) и парцеллята (дополнительный элемент сообщения). Парцелляция связана с расчлененностью текста, а значит, и с усилением информативной значимости высказывания и созданием экспрессивного эффекта [Шушлебина 2012: 40]. Помимо того, что парцелляция служит в качестве средства выражения экспрессивности, также она позволяет выделить два типа женщин –

женщины, которые обеспокоены тем, что им не удалось устроить личную жизнь и обзавестись семьей, и женщины, которые считают, что наличие мужа и детей не самое главное в жизни. Парцеллят, представленный эллиптической конструкцией *But not you*, актуализирует наиболее значимый компонент высказывания, с его помощью выражается восхищение по отношению к женщинам, которые считают, что женщине для счастливой жизни нужна только она сама. «Такое употребление союза, как правило, связано с внесением дополнительного эмотивного компонента в высказывание, а употребление союза сходно с употреблением частиц» [Куралева 2007:105].

В отличие от вышерассмотренных примеров, **высказывания замужних женщин, адресованные женщинам, у которых есть семьи, преимущественно характеризуются положительной оценочностью**, при этом для них типично наличие определенных требований, выдвигаемых к замужним женщинам:

3. *Good Christians – good Christian women – are supposed to please their husbands. (S.E.P 135)*

В высказывании употребляется пояснительная конструкция приложение (*an appositive noun*) *good Christian women*, которая представляет собой лексический повтор и подчеркивает экспрессивность высказывания относительно идеального поведения замужних женщин. Объект оценки (*good Christian women*) находится в позиции подлежащего у субъектной инфинитивной конструкции. В данном простом предложении с помощью глагольной лексемы *to suppose* в сказуемом женский персонаж апеллирует к опыту социума, а не опирается лишь на собственный опыт. Помимо этого, в высказывании используются лексемы *women* и *husbands* (а не *wives – husbands*). Это указывает на то, что такими характеристиками как уступчивость, сговорчивость и мягкость должны обладать не только жены, но и все женщины в целом.

В свою очередь, незамужние женщины считают, что самореализация современной женщины возможна посредством достижения высот в

профессиональном, личностном и других сферах жизни, а не за счет выполнения исконной роли матери и жены. Таким образом, женские персонажи указывают на **противопоставление современных женщин и женщин прошлых эпох**:

4. *Of course, there were still women like that, women who believed that the only way a woman could truly define herself was through a husband and children. (C.B. 137, a)*

Данное высказывание также включает в себе эмоционально-оценочный компонент. Негативная оценка выражена и по отношению к женщинам, которые считают, что единственным способом почувствовать себя женщиной является замужество и воспитание детей, и по отношению к данному стереотипу в целом. Негативная оценка по отношению к женщинам выражена за счет определительного ограничительного придаточного *women who believed*. Языковым средством введения гендерного стереотипа является лексема *woman*, употребляемая с неопределенным артиклем *a* в обобщающей функции. Предложение, таким образом, содержит обобщение; дескрипция не с отдельным субъектом, а со всем классом, но при этом имеется в виду любой представитель класса. Как и в примере (3), экспрессивность и оценочность высказывания выражена при помощи лексических средств. Негативная оценка по отношению к женщинам, которые придерживаются патриархальных взглядов относительно роли женщины в обществе и в семье, выражена при помощи лексемы *still*, а также помощи маркеров экспрессивности *the only way* и *truly* в придаточном предложении, что указывает на то, что описываемая модель поведения раньше была стандартной, а теперь она оценивается негативно современными женщинами.

Женские персонажи высказываются о том, что **современная женщина находится в намного более выгодном положении, чем женщины прошлых эпох**. Женщины сами выступают творцами своей жизни:

5. *We're modern women. If we have to up and move to Paris for our careers, we do it. It's exciting. How many people get these kinds of opportunities? (C.B. 188).*

Высказывание стереотипно за счет употребления личного местоимения *we*, что подчеркивает ингрупповой фаворитизм. При этом женский персонаж



распространяет положительную оценку и на себя. Помимо этого, выявлено, что стереотипность высказываний может проявляться на синтаксическом уровне за счет модели предложения *S+Vlink+C* (complement, т.е. объектный предикативный член), характерной и для первого предложения данного высказывания. [Петрова 2011:242]. Женский персонаж говорит с восхищением о том, что современная женщина может прожить свою жизнь как ей хочется. Сегодня женщины вольны выбирать то, что они считают необходимым для себя. Современные женщины – уверенные, смелые и открыты всему новому и интересному. Высказывание имеет ярко выраженный экспрессивный характер. Экспрессивность выражается при помощи двух простых малораспространенных предложений *We're modern women; It's exciting*, поскольку сама структура простого предложения служит маркером экспрессивности. Экспрессивность высказывания усиливается за счет риторического вопроса. Высказывание содержит положительную оценку по отношению к современным женщинам, которая выражена маркером положительной оценочности *these kinds of opportunities*, положительное значение которого актуализируется в контексте. Имеется в виду, что не каждому человеку выпадает шанс работать за границей или найти лучшее место для жизни, а современные женщины так много работают и развиваются в карьере, что их профессионализм и высокая квалификация высоко оцениваются на рынке труда.

Однако женские персонажи часто высказываются о том, **что современные женщины постоянно испытывают натиск со стороны общества**. Вне зависимости от социального и профессионального статусов, женщина всегда становится объектом порицания со стороны социума:

6. *If you work hard and become successful, society will punish you one way or another. Society punishes women in general. No matter what you do, there's no guarantee you're going to win. (C.B. 298, a).*

Введение гендерного стереотипа вербализовано при помощи личного местоимения *you* со значением всеобщности (указания на всех женщин), а

также за счет употребления лексического кластера стереотипности *in general*, который свидетельствует о распространенности данного стереотипа в англоязычной лингвокультуре. Форма модального сказуемого в главном предложении служит усилителем основной мысли высказывания: модальный глагол *will* выражает регулярное, настойчиво повторяемое действие. Персонаж-женщина подчеркивает, что подобное отношение к успешным женщинам характерно для социума. Высказывание является экспрессивным. В первом предложении экспрессивность достигается за счет таких лексических средств как интенсификатор *hard* после простого сказуемого в придаточном условном предложении, определяющим высокую степень стараний достичь успехов, а также за счет маркеров экспрессивности *one way or another*. Помимо этого высказывание интересно тем, что в нем после лексем с положительной семантикой (*work hard, become successful*), следует лексема *punish* – данный семантический контраст также свидетельствует о том, что представленный в высказывании стереотип сильно волнует персонаж-женщину. Во втором предложении экспрессивность достигается за счет грамматических средств: простого малораспространенного предложения, сама структура которого служит интенсификатором категоричности высказывания. Третье предложение высказывания по структуре представляет собой сложноподчиненное предложение. Оно экспрессивно за счет кластера *no matter*, открывающей придаточное уступки, а также посредством параллелизма *no matter – no guarantee*. Посредством данных языковых средств выражено недовольство женщин по поводу общественного мнения о них, и тщетность стараний женщин добиться успехов. Женский персонаж выражает негодование по поводу того, что общество отрицает все труды и заслуги женщин, вне зависимости от того, сколько усилий было положено на их осуществление.

Еще один стереотип, выявленный в корпусе примеров **касается сложности, с которым сталкивается женщина, когда речь идет о выборе достойного спутника жизни:**

7. *We women have certain needs. Desires. And it's so hard to meet anyone really decent. (К.Н. 114).*

Объект стереотипизации выражен личным местоимением *we*, что указывает на поддержание позитивной групповой идентичности. Помимо этого, употребление личного местоимения *we* указывает, что персонаж-женщина дает положительную оценку женщинам, а также распространяет эту оценку и на себя. Первое и второе предложения высказывания представляют собой парцеллированную конструкцию, состоящую из базового элемента и парцеллята – однородного дополнения, при помощи которого персонаж-женщина говорит о том, что женщина в первую очередь – свободная личность, и она не может отказаться от собственных мыслей и убеждений. Имплицитно женский персонаж выражает разочарование женщин в современных мужчинах. Экспрессивность высказывания усиливается при помощи лексических интенсификаторов *so, really*.

Часто высказывания персонажей-женщин содержат не один стереотип, а комплекс стереотипов. Стереотипы о семейном статусе женщин переплетаются с возрастными стереотипами, в частности, со стереотипами о **женщинах в «возрасте» и замужестве**. Так, следующее высказывание также содержит стереотип относительно того, что **с возрастом женщине сложнее устроить личную жизнь**. Речь адресанта также эмоционально окрашена, как и в предыдущем примере (7), экспрессия достигается за счет грамматических средств:

8. *Haven't you gotten married, Lisa ? Don't you know the statistics for a woman over thirty? (L. K. 245).*

Стереотипность высказывания достигается за счет употребления лексемы *woman* с неопределенным артиклем *a* в функции обобщения, т.е. соотношение не с отдельным субъектом, а со всем классом, но при этом имеется в виду любой представитель класса. Помимо этого, на стереотипность указывает лексема *statistics* как маркер обозначения социальной проблемы. Первое и второе предложения высказывания

представлены вопросительно-отрицательными предложениями, структура которых является маркером экспрессивности [Петрова 2011:249].

Однако женские персонажи преимущественно **выступают в защиту женщин «в возрасте»**, высказываясь о том, что свободных женщин никто ни в чем не ограничивает, и они могут наслаждаться своей жизнью. При этом **на первый план выдвигаются личностные качества женщин, а не возраст**:

9. ...*a particular type of single women – smart, attractive, successful, and never married. She's in her late thirties or early forties, and, if empirical knowledge is good for anything, she probably never will get married. (C.B. 27,c).*

Языковым средством введения гендерного стереотипа является личное местоимение *she* в значении категоризации, что подчеркивается лексическим кластером *a particular type*, т.е. обозначается один тип женщин средних лет – успешная, обеспеченная, но одинокая женщина. В первом предложении употребляются лексемы, выраженные прилагательными с положительным семантическим компонентом, т.е., актуализируется положительная оценка по отношению к данной категории женщин. Помимо оценочности, высказывание также характеризуется экспрессивностью. На лексико-грамматическом уровне экспрессивность выражается за счет параллелизма *never married – never will get married*. Более того, форма модального сказуемого в главном предложении условного типа служит усилителем экспрессивности.

Часто персонажи-женщины высказываются **о независимости женщин и стремлении женщин выйти из зоны комфорта**:

10. *What most women thought 'the rules' were simply precepts to keep women in their place. 'Nice' was a comfortable, reassuring box where society told women if they stayed they would be safe. (C.B.133, a).*

Высказывание стереотипно за счет элемента всеобщности *most women*. В высказывании реализуется негативная оценка по отношению к стереотипу «женщина должна сидеть дома». Современные женщины осуждают правила, принятые в патриархальной системе, недемократичные по отношению к женщинам. Женский персонаж выражает недовольство по отношению к тому,

что в патриархальной культуре женщина имела значимость только в качестве жены и хозяйки дома, общество давило на нее, пресекая попытки самореализации. Высказывание достаточно экспрессивно. На грамматическом уровне экспрессия вербализуется за счет расщепленного предложения с элементом *what* (*wh-cleft sentence*). На лексическом уровне экспрессия выражена лексемами *the rules* и *nice*, которые графически выделены в кавычки. Также экспрессия достигается за счет интенсификатора *simply* и кластера экспрессивности *in their place*. Таким образом, женский персонаж говорит о том, что общество всегда довлело над женщиной, навязывая ей правила, которые были выгодны мужчинам, но не женщинам.

Женские персонажи также высказываются о **личностной независимости и о своей способности разбираться со своими проблемами самостоятельно**:

11. *I'm not one of those women who needs to be rescued all the time. (L.K. 193).*

Гендерный стереотип вербализован при помощи лексемы *women* во множественном числе. Женский персонаж распространяет негативную оценку на определенную категорию женщин при помощи трехкомпонентного кластера *one of those*, общеотрицательное значение которого подчеркнуто за счет указательного местоимения *those*. Помимо того, что высказывание оценочно, оно также экспрессивно. Экспрессия достигается посредством квантора регулярности *all the time*, указывающего на то, что женщины, которые не способны позаботиться о себе сами, вызывают раздражение.

В следующем высказывании содержится стереотип о том, что **женщины взваливают на себя слишком много обязанностей**, в выполнении которых им никто не помогает. При этом женщины понимают, что винить им в таком случае некого:

12. *So many of us women feel like we're the ones holding up the world. Like it's all going to fall down without us. (J.W. 138).*

Стереотипность высказывания выражена посредством кластера всеобщности *many of us women*. Высказывание женского персонажа

экспрессивно. Экспрессивность выражена при помощи парцелированной конструкции. В высказывании актуализируется стереотип о том, что женщины считаю, что весь мир держится на их плечах, только благодаря усилиям и самопожертвованию женщин человечество продолжает существовать. Уникальность женщин в качестве созидателей реализуется значением предиката, выраженного составным именным сказуемым *'re the ones*.

Помимо того, что высказывания женских персонажей касаются личностной независимости женщин, персонажи-женщины также упоминают о **важности финансовой свободы женщин**. Женщины, у которых нет своих средств к существованию, вынуждены принимать чужие правила:

13. *But if you were wildly successful, you could make your own rules for how you wanted to live your life. (C.B. 300, a).*

Языковым средством введения гендерного стереотипа является личное местоимение *you* в значении обобщения (указание на всех женщин). Экспрессивность высказывания выражена при помощи интенсификаторов *wildly*, а также повторяющихся лексем *your, your own*, которые призваны подчеркнуть стремление женщин к защите личного пространства. Грамматически экспрессивность выражена инициальным союзом *but*, который усиливает значение того, что не всем женщинам удается жить в свое удовольствие, если они ограничены в финансах.

### **Промежуточные выводы**

Итак, мы рассмотрели высказывания женских персонажей, в которых содержатся гендерные стереотипы о представительницах своей гендерной идентичности (автостереотипы). Анализ высказываний данной группы на предмет языковых средств используемых для репрезентации гендерных стереотипов показал, что высказывания женских персонажей англоязычной лингвокультуры можно охарактеризовать как экспрессивные и оценочные.

Языковыми средствами репрезентации гендерных стереотипов являются как грамматические, так и лексические средства. К лексическим

средствам относятся: лексема *women* во множественном числе, регулярно сопровождаемый маркером всеобщности *most* в препозиции; личное местоимение *we*, посредством которого выражается ингрупповой фаворитизм; личное местоимение *you* в значении дескрипции как всего класса, так и указания на каждого представителя данного класса; личное местоимение *she* в значении категоризации, выражающее положительную оценку; трехкомпонентный кластер всеобщности *many of us*. На грамматическом уровне стереотипность выражена: неопределенным артиклем *a* в функции обобщения и универсальной дескрипции, а также модального глагола *will* как маркера стереотипности, регулярности и предписания определенных свойств и черт характера, типичных какому-либо объекту. Выявлено, что типичной структурой для стереотипного высказывания является модель предложения *S+Vlink+P*, где объект стереотипизации *women* находится в позиции подлежащего.

Экспрессивность высказываний актуализируется посредством интенсификаторов (*so, much*), маркеров экспрессивности (*all, everywhere, all the time, truly*) и др. Также экспрессивность и оценочность могут быть переданы при помощи грамматики. Распространенными грамматическими средствами передачи экспрессивности являются: использование риторических вопросов, парцелированных конструкций, параллелизма, использование простых предложений, структура которых усиливает категоричность высказывания, а также употребление предложений с инициальным союзом *but* посредством которого актуализируется экспрессивность всего высказывания.

Положительная оценка по отношению к женщинам выражается при помощи кластеров всеобщности со значением поддержания ингруппового фаворитизма (*we women, many of us*). При этом женщина дает положительную оценку не только по отношению к другим женщинам, но и распространяет ее на себя. Негативная оценка вербализуется при помощи указательного местоимения *those*, входящего в состав трехкомпонентного кластера *one of*

*those*, а также за счет трехкомпонентного кластера *women who + V* с ограничительным определительным элементом *who + V*.

Использование широкого спектра лексических и грамматических средств, выявляющих экспрессивно-оценочный компонент высказывания, позволяет нам сделать вывод о том, что в англоязычной культуре женщины являются частым объектом обсуждения женских персонажей.

Среди наиболее распространенных гендерных автостереотипов, выявленных в женской речи, являются стереотипы относительно: семейного статуса женщин, женщин «в возрасте», современных женщин и женщин прошлых эпох, личностной независимости женщин, самостоятельности, важности финансовой независимости и самопожертвования женщин, а также сложности в выборе надежного спутника жизни.

### **2.1.2 Высказывания женских персонажей, содержащие гендерные стереотипы о представителях противоположной гендерной идентичности**

В данном разделе выявляются гендерные стереотипы о мужчинах, произносимые женскими персонажами или **гетеростереотипы**, а также анализируются языковые средства, используемые для репрезентации данных стереотипов. Данная группа представлена 50 примерами из 145 высказываний женских персонажей. Это указывает на то, в англоязычной лингвокультуре женщины охотно высказываются не только о представительницах своей гендерной идентичности, но также с интересом обсуждают мужчин.

Высказывания женских персонажей, в которых содержится стереотип о представителях противоположной гендерной идентичности характеризуется подчеркнуто негативной оценкой. Часто женские персонажи высказываются относительно **непостоянности и ненадежности мужчин по отношению к женщинам:**



14. *He was like most men: he would pretend to himself that it wasn't his fault; that what had happened was out of his control; therefore all he needed was an excuse. (C.B. 163, d).*

Высказывание стереотипно за счет введения элемента всеобщности *most men*, а также за счет личного местоимения *he* в значении дескрипции всего класса и при этом обозначения каждого представителя данного класса. Элемент всеобщности *most men* выражает негативную оценку по отношению к мужчинам. Высказывание представлено полипредикативным предложением. Данная структура позволяет выстроить логическую, последовательную, неразрывную цепочку обоснованных фактов (*fault* → *out of his control* → *an excuse*), на основе которых женский персонаж приходит к выводу о том, что на мужчин нельзя положиться и, следовательно, данная характеристика оценивается женским персонажем со знаком «минус». Женский персонаж считает, что мужчины не обременяют себя ответственностью за свои действия, что раздражает женщин. Также женщины характеризуют мужчин как пассивных, что выражено лексическим кластером *out of his control* со значением действия, которое происходит независимо от производителя данного действия.

Как и в предыдущем примере, следующее высказывание выражает негативную оценку по отношению к мужчинам, вербализованную грамматическими средствами:

15. *The beast. You know, men are allowed to leave women they're dating. (J.C. 13).*

Высказывание представляет собой предложение с типичной структурой для стереотипного высказывания, т.е. в начале предложения стоит субъект, выраженный словом *men*, во множественном числе, в общем падеже. Женщины считают, что мужчины несерьезны по отношению к женщинам, на мужчин нельзя положиться. Негативная оценка по отношению к мужчинам выражена при помощи односоставного номинативного предложения, представленного существительным с эмоционально-оценочным значением *beast*.

Часто женские персонажи отмечают, что **мужчины любят глазами**. Как и в предыдущих примерах, данная характеристика мужчин оценивается женщинами негативно:

16. *Men are very visual. If they see something better – no matter how hard you work, there's always somebody younger, somebody better. (J.C. 86).*

Как и в примере (15), стереотипность выражена за счет того, что объект стереотипизации *men* находится в позиции подлежащего. Первое предложение высказывания построено по модели *S+Vlink+P*, которая является типичной для стереотипных высказываний. Более того, данное предложение выступает в качестве интенсификатора экспрессивности, поскольку его структура представлена простым малораспространенным предложением. Другим грамматическим средством вербализации экспрессивности является параллелизм *somebody younger, somebody better*. Экспрессивность высказывания усиливается при помощи лексических средств: интенсификаторов *very, hard*, квантора всеобщности *always* в значении прописной истины, устоявшейся модели, которой следуют большинство мужчин. В придаточном уступки *no matter how* вербализуется чувство обиды, чувства несправедливости по поводу того, что мужчин интересует только красивая внешность и молодость женщин, а при этом другие личностные качества женщин нивелируются мужчинами.

Еще одним распространенным гетеростереотипом является стереотип о том, что **мужчинам свойственно упрощать свою жизнь**. Имплицитно женские персонажи указывают, что **мужчины эгоистичны**:

17. *Statistics show that men are interested in three things. Careers, sports and sex. That's why they love professional cheerleaders. (J.C. 35).*

Как и в предыдущих примерах, гендерный стереотип вербализован при помощи лексемы *men* во множественном числе в позиции подлежащего. Также маркером стереотипности является лексема *statistics*, в значении индекса регулярности и предписания определенных характеристик и свойств, типичных какому-либо объекту. Высказывание экспрессивно за счет того, что предметы, характеризующие мужскую суть, акцентируются при помощи

парцеллята – изъяснительного предложения, представленного эллиптическим номинативным предложением *Careers, sports and sex*. Экспрессивность усиливается посредством третьего предложения высказывания, в котором вербализуется ирония по отношению к мужчинам и тому, что они любят, поскольку женщина указывает, что лучшим вариантом для мужчин, учитывая их вкусы и потребности, являются профессиональные танцовщицы из группы поддержки. При этом женский персонаж выражает не только иронию, но и негативную оценку по отношению к мужчинам, считая их заложниками своих примитивных желаний.

Среди женщин англоязычной лингвокультуры также распространен стереотип о том, что **мужчины не хотят связывать себя узами брака**, но с другой стороны **мужчины ценят комфорт и заботу**.

18. *Everyone knows that men need to be marched to the church, but once they are, they are grateful. (C.B. 287, b).*

Языковым средством реализации гендерного стереотипа является двухкомпонентный кластер стереотипности *everyone knows*, указывающий на то, что говорящий апеллирует не на личный опыт, а на опыт социума. Также стереотипность выражена лексемой *men* во множественном числе в позиции подлежащего. Высказывание носит отрицательно оценочный характер, что на языковом уровне вербализовано составным модальным сказуемым *need to be marched*, значение которого указывает на то, что мужчины пассивны в отношении вопросов, касающихся семейной жизни и брака.

Стереотип о том, что **мужчины хотят комфортной жизни в браке** подтверждается следующим примером:

19. *Most powerful men won't tolerate that kind of toughness in a woman. They marry to get away from it. (C.B. 259, d).*

Высказывание стереотипно за счет элемента всеобщности *most men*. В высказывании внимание обращено на определенный тип мужчин – обеспеченных и успешных, т.е. мужчин, которые сами привыкли руководить и контролировать. Также стереотипность выражена за счет модального глагола *won't*, в значении регулярности действия. Женский персонаж

выражает мысль о том, что все мужчины любят комфорт и заботу о себе, и успешные мужчины не исключение. Успешные мужчины готовы конкурировать с партнерами по бизнесу, по работе, но они не потерпят подобной жесткой борьбы в отношении с женщиной. Жесткая бизнесвумен, которая выясняет «кто главный в семье» не способна быть семейной и уютной. Экспрессивность высказывания вербализуется за счет модального глагола *won't*, также достигается при помощи лексического маркера *that kind*, при этом указательное местоимение *that* заключает не только экспрессивное, но и негативное оценочное значение по отношению к женщинам, которые пытаются конкурировать с мужьями в семейной жизни, пытаясь подавить авторитет мужчины, в случае, если она занимает более высокую должность или зарабатывает больше своего мужа.

Еще одним объектом внимания женских разговоров является **ограниченность интересов мужчин**:

20. *All the men ever talk about is business. (C.B. 61, a).*

Стереотипность высказывания выражена элементом всеобщности *men* в позиции подлежащего. Высказывание носит экспрессивный характер. На грамматическом уровне экспрессия достигается за счет эмфатической конструкции с элементом *all (cleft sentence)* [Петрова, Куралева 2013, 4], что подчеркивает, что единственным занятием, которое представляется интересным для мужчин, является карьера, профессиональные достижения и деньги. На лексическом – посредством маркера *ever*, который вербализует эмоцию раздражения по поводу того, что мужчины только и делают, что говорят о своих делах, и мало времени уделяют своим женщинам и семьям. Данная характеристика мужчин оценивается как негативная.

Хотя в примере (20) женский персонаж дает негативную оценку по отношению к мужчинам, в следующем высказывании стереотип **о желании мужчин зарабатывать большие деньги** характеризуется положительной оценкой:

21. *Money didn't matter, but men who made a lot of it were always interesting.* (C.B. 174, b).

Вербализация гендерного стереотипа происходит за счет употребления лексемы *men* во множественном числе. Женщины считают, что для мужчин деньги не являются самоцелью, а скорее – результат их успешной профессиональной деятельности, стремления к власти, что в понимании женщин характеризует мужчин как ответственных, настроенных на результат и предприимчивых. Успешный мужчина умеет договариваться с другими людьми, адекватно оценивает ситуацию и является хорошим стратегом. Такая характеристика заслуживает положительной оценки, которая усиливается при помощи квантора всеобщности *always* в значении одобрения набора положительных характеристик мужчин, которые помогают мужчинам достигать успехов в профессиональной области. На лексическом уровне экспрессивность выражена интенсификатором *a lot of* и союзом *but* в значении выделения определенного типа мужчин – мужчин, которые имеют вес в обществе за счет личностных и профессиональных качеств.

### **Промежуточные выводы**

Анализ стереотипных высказываний женских персонажей относительно представителей противоположной гендерной идентичности (гетеростереотипы) показал, что в большинстве случаев высказывания персонажей-женщин содержат негативную оценку по отношению к мужчинам.

Стереотипность высказывания репрезентирована на лексическом и синтаксическом уровнях. Лексическими средствами стереотипизации являются: элемент всеобщности *men*, во множественном числе в позиции подлежащего регулярно сопровождаемый квантором всеобщности *most* в препозиции; личным местоимением *he* в значении категоризации. Помимо этого на стереотипность указывают элементы *statistics* со значением общественного мнения, относительно частотности проявлений свойств и характеристик, предписываемых какой-либо социальной группе, а также

кластер стереотипности *everyone knows*, посредством которого говорящий апеллирует не на личный опыт, а на опыт социума.

Негативная оценочность характерна для стереотипов, характеризующих мужчин англоязычной культуры как ненадежных, пассивных и эгоистичных, с ограниченным набором интересов. Негативная оценка вербализуется посредством номинации самих отрицательных характеристик. Также негативная оценка актуализируется в высказываниях при помощи конструкций, выражающих значение пассивности, которые позволяют обезличивать деятеля и снимают с него ответственность за происходящее. Использование конструкций с пассивностью подчеркивает инертность мужчин, их отстраненность от происходящего (*need to be marched, are allowed to leave, out of his control*).

Редко представительницы англоязычной лингвокультуры дают положительную оценку мужчинам. Женщины англоязычной культуры считают, что существенным достоинством мужчин является умение зарабатывать деньги, т.е. положительной оценки, по мнению женщин, заслуживают только успешные мужчины, которые ставят перед собой цели и добиваются высоких результатов в профессиональной сфере. Положительная оценка вербализуется маркерами и интенсификаторами, усиливающими одновременно и экспрессивность и положительную оценку.

Высказывания, содержащие гетеростереотипы, характеризуются экспрессивностью. На грамматическом уровне экспрессивность выражается посредством простых малораспространенных предложений, структура которых служит интенсификатором экспрессивности высказывания, парцелированных конструкций, эллиптических конструкций, эмфатических конструкций (*cleft sentence*). Лексическая репрезентация экспрессивности представлена разнообразными интенсификаторами (*very, ever*).

### 2.1.3 Высказывания женских персонажей, содержащие гендерные стереотипы о представителях своей и противоположной гендерной идентичности

В данном разделе рассматриваются стереотипные высказывания женских персонажей англоязычной лингвокультуры, направленные одновременно на представителей своей и противоположной гендерной идентичности. Данная группа высказываний включает 27 стереотипных высказываний из 145 женских высказываний. В количественном отношении женские персонажи высказываются одновременно о женщинах и мужчинах значительно реже по сравнению с количеством высказываний женских персонажей о мужчинах и женщинах отдельно. Как будет показано ниже, подобные высказывания отмечены сравнительной оценочностью, причем мужчины описываются с негативной оценочностью, а женщины – с положительной.

Высказывания женских персонажей англоязычной лингвокультуры со сравнительной оценочностью преимущественно касаются **финансовой и профессиональной сфер деятельности мужчин и женщин**. Женщины указывают на то, что мужчинам всегда легко реализовать в профессиональной области, и они намного быстрее достигают успехов в карьере, в то время как женщинам, которые решили стать успешными и финансово независимыми, для продвижения по карьерной лестнице требуется приложить колоссальные усилия:

22. *Women competing in business need to be tough or they won't survive. Successful women are always judged by a different standard than men. (S.E.P. 160)*

Вербальными средствами репрезентации гендерного стереотипа являются лексемы *women* и *men* во множественном числе, а также модальный глагол *won't* в качестве маркера стереотипности модели поведения, свойственной определенной социальной группе. Высказывание носит ярко выраженный экспрессивный и оценочный характер. Экспрессивность выражена при помощи лексем с семантикой борьбы,

конкуренции, жесткости (*competing, tough, survive, successful*), а также за счет квантора всеобщности *always* в значении устоявшейся истины или правды, признанной обществом, которая заключает в себе негативную оценку по отношению к объекту стереотипизации (*men*). На грамматическом уровне экспрессивность актуализирована посредством значения бескомпромиссности, которое выражено сложносочиненным предложением с разделительным союзом *or*, а также глаголом *won't* в значении регулярно повторяемого действия. Женский персонаж подчеркивает то, что женщине необходимо быть жесткой и прямой, если она предпочла карьеру всему другому, иначе в мире бизнеса, который принадлежит мужчинам, ей никак не выжить. Таким образом, в высказывании репрезентирована негативная оценка по отношению к мужчинам. Женщины считают, что патриархальная культура сохраняется и в наши дни, поскольку приоритет в общественной и политической деятельности и в бизнесе отдается мужчинам, а не женщинам. В свою очередь, положительная оценка по отношению к женщинам имплицитно выражена за счет выражения несправедливости по поводу косности патриархальной системы взглядов, а также лексем с положительной семантикой *successful*, что означает стремление женщин к развитию.

В следующем примере также представлена сравнительная оценочность между женщинами и мужчинами, при этом мужчины характеризуются женщинами с негативной оценкой:

23. *Why was it that when men were concerned about making money, they were admirable, while women in the same position were considered suspect? (C.B. 182, a).*

Стереотипность высказывания выражена за счет лексем с обобщающим значением *women* и *men*. Высказывание представлено полипредикативным предложением. Данная структура сложного предложения подразумевает выстраивание последовательной и логичной цепочки обоснованных фактов, на основе которых женский персонаж проводит параллель между мужчинами и женщинами и приходит к тому, что профессионализм женщин и их способность зарабатывать большие деньги априори умалются по сравнению



с возможностями мужчин. Экспрессивность высказывания репрезентирована посредством риторического вопроса. Наряду с грамматическими средствами экспрессивность вербализуется лексемами *admirable* и *suspect* с полярной семантикой, реализуемой в контексте. Иными словами, женщин возмущает неравнозначность профессионального статуса мужчин и женщин, поскольку такое сравнение не в пользу женщин. Помимо вербализации экспрессивности, данные языковые средства выражают негативную оценку по отношению к мужчинам. Женщины считают несправедливым то, что мужчинам необязательно прикладывать огромные усилия для достижения серьезных профессиональных результатов, так как им априори легче выжить в мире бизнеса, чем женщинам.

Высказывание (24) также выражает сравнительную оценочность по отношению к мужчинам и женщинам:

24. *She knew plenty of women who were successful, who made 'real' money, but none who had a wealth of ... Why was it always men and not women? (C.B. 197, a).*

Как и в вышеуказанных примерах, языковая репрезентация стереотипности высказывания происходит за счет лексем *women* и *men* во множественном числе. Высказывание женского персонажа достаточно экспрессивно. На грамматическом уровне экспрессивность достигается посредством риторического вопроса, на лексическом – за счет маркеров экспрессивности *plenty of*, *'real' money*, маркера категоричности *none* и квантора всеобщности *always*. Финансовые вопросы очень сильно волнуют женщин, на это указывает целый ряд лексем со значением достатка, обеспеченности (*successful, wealth, money*), также становится явным, что женщины в профессиональной сфере конкурируют не между собой, а с мужчинами. Женщины выражают негодование по поводу того, что их стремление стать успешными и активная трудовая деятельность все равно не приводит к тому, что женщины зарабатывают столько же, сколько зарабатывают мужчины. На это указывает значение маркера *'real'*,

заклученной в кавычки, которое подчеркивает тщетность всех достижений женщин по сравнению с тем, чего удастся добиться мужчинам.

Также в стереотипных высказываниях женщин указывается стереотип о том, что **женщина – хранительница очага, а мужчина должен заботиться об обеспечении своей семьи.** В отличие от предыдущих высказываний, в которых женщины предстали в роли второстепенных персонажей, всегда находящихся в тени мужчин, в следующем примере женский персонаж указывает, что стереотип «работает» на женщину, представляя ее в выгодном свете:

25. *Women have lots of ways to feel good about themselves. They have their children and their homes. Men have only one thing – their jobs. (C.B. 139,a).*

Стереотипность высказывания выявляется за счет элементов всеобщности *women* и *men* в позиции подлежащего. Женщина, у которой есть семейные обязанности, всегда занята чем-то, ей некогда скучать, она работает в режиме многофункциональности, поскольку ей нужно успеть сделать все. Мужчины в отличие от женщин занимаются только работой. Женский персонаж подчеркивает, что мужчины ничего не делают помимо своей работы, не помогают своим женщинам с обязанностями по заботе о семье и доме. В этом, как считают женщины англоязычной культуры, и есть преимущество женщин над мужчинами. Подобная характеристика мужчин оценивается со знаком «минус». Имеется в виду то, что отрицательная оценка по отношению к мужчинам представлена за счет умаления определенных качеств и характеристик мужчин, на фоне которых набор женских характеристик является более значительным и солидным и, поэтому получает положительную оценку. Помимо оценочного компонента высказывание содержит экспрессивный компонент. На грамматическом уровне экспрессивность выражена простыми предложениями, структура которых служит маркером категоричности, а также лексическими интенсификаторами *lots of ways, only*.

В следующем примере положительная оценка по отношению к женщинам актуализируется за счет подчеркивания негативной оценки по отношению к мужчинам, как и в примере (25). Женские персонажи **подчеркивают достоинства женщин посредством акцентирования внимания на ненадежности мужчин** в отношениях с женщинами:

26. *Women had learned to take care of themselves because the men were always gone when you needed them. (L.K. 29).*

Стереотипное высказывание представлено сложноподчиненным предложением, структура которого включает в себе непрерывность нити повествования. Женский персонаж указывает, что женщины стали сильными и самостоятельными, потому что кроме как на себя им положиться не на кого. Также в высказывании имплицитно эгоистичность мужчин, то есть мужчины принимают участие в чем-либо, только когда они мотивированы в собственной выгоде. Таким образом, женский персонаж дает негативную оценку мужчинам. Помимо грамматических средств, оценочная и экспрессивная составляющие вербализуются маркером категоричности *always*.

Также положительная оценка по отношению к женщинам, основанная на исключительных качествах представительниц женского пола, содержится в стереотипах, в которых **мужчина характеризуется как главный и мужественный, а женщина – как женственная, уступчивая и мягкая.**

27. *Men have a need to be dominant. Let them. Embrace your femininity. (C.B. 92, c).*

Гендерный стереотип вводится лексемой *men* во множественном числе в позиции подлежащего. Стереотипность также выражена эллиптическими предложениями, в которых предикаты *let*, *embrace* представлены в форме повелительного наклонения со значением выражения совета женщинам. Женский персонаж подчеркивает, что мужественность мужчин зависит от того как поведет себя женщина. Мудрая женщина обязательно воспользуется своими женскими хитростями, чтобы ее мужчина почувствовал себя главным. Настоящая женщина должна уступить первенство в отношениях, в семье

мужчине и позволить ему быть лидером. Понимание того, что многое в отношениях зависит от женщин, имплицитно подразумевает положительную оценку по отношению к женщинам. Экспрессивность высказывания достигается за счет второго и третьего предложения, представленных в форме эллиптических конструкций, в которых предикат, выражен глаголом со значением дружеского совета.

### **Промежуточные выводы**

Анализ высказываний женских персонажей о стереотипных характеристиках и качествах женщин и мужчин, т.е. высказываний со сравнительной оценочностью, позволил выявить, что самыми распространенными стереотипами среди женщин англоязычной лингвокультуры являются стереотипы относительно значимости мужчин и женщин в профессиональной области и мудрости и хитрости женщин в семейных вопросах.

Языковыми средствами репрезентации гендерных стереотипов являются лексемы *women* и *men* во множественном числе в позиции подлежащего. В отношении материальной обеспеченности женщины чувствуют себя уязвимыми и незащищенными. При этом экспрессивность высказываний неразрывно связана с негативной оценкой. На грамматическом уровне экспрессивность и оценочность выражены риторическими вопросами и полипредикативными предложениями, структура которых позволяет выстроить логическую цепочку фактов, на основе которых женские персонажи делают вывод о том, что культура сохраняет патриархальную систему ценностей, в которой профессиональные качества женщин оцениваются на ранг ниже по сравнению с профессионализмом мужчин. На лексическом уровне экспрессивность и оценочность выражаются противопоставлением лексем с полярными семантическими значениями, реализуемыми в контексте, и указывающими на невозможность добиться равного материального статуса, которым обладают мужчины (*successful*,

*wealth – need to be tough, won't survive; successful, 'real' money – but none of them...).*

Хотя женщины указывают на то, что в современном мире сохраняется несправедливое отношение к женщинам в профессиональной области, женские персонажи демонстрируют свою силу и превосходство над мужчинами в отношениях и в семейной жизни. Женщины высказываются о том, что мудрая женщина знает свои сильные стороны, что, несомненно оценивается знаком «плюс».

## **2.2 Высказывания мужских персонажей**

Рассмотрим стереотипные высказывания мужских персонажей о представителях своей и противоположной гендерной идентичности. Данная группа включает 75 высказываний из 220 высказываний общего количества.

### **2.2.1 Высказывания мужских персонажей, содержащие гендерные стереотипы о представителях противоположной гендерной идентичности**

Проанализируем стереотипные высказывания мужчин о женщинах. Данная группа высказываний представлена 43 высказываниями из 75 высказываний мужских персонажей.

Часто мужчины отмечают, что **женщины должны обладать харизмой и быть интересной личностью:**

28. *Would you date a woman who doesn't have a college degree? Sure. What men don't want is a woman without a personality. (S.E.P. 35).*

Языковой репрезентацией гендерного стереотипа является лексема *woman* с неопределенным артиклем *a* в обобщающей функции, в значении дескрипции всего класса, при этом обозначается каждый представитель данного класса. Высказывание включает в себе экспрессивный и оценочный компоненты. Экспрессивность достигается за счет грамматики – структуры расщепленного предложения с инициальным вопросительным словом *what* (*wh-cleft sentence*). Более того, интенсификатором категоричности служит

эмфатическая конструкция с двойным отрицанием *don't want a woman without* (*negative emphatic construction*) [Petrova, Kuraleva 2013, 42]. Помимо экспрессивного значения, данная конструкция имплицитно подразумевает положительную оценку по отношению к женщинам, обладающим харизмой и характером.

Как и женские персонажи, мужские персонажи высказываются относительно **женщин «в возрасте» и семейного статуса**. При этом высказываниям, содержащим данный стереотип, характерна высокая экспрессивность:

29. *How does a woman manage to get to your age without being married?* (H.F. 12).

Стереотипность высказывания выражена лексемой *woman* с неопределенным артиклем *a* в обобщающей функции. Экспрессивность высказывания актуализируется посредством риторического вопроса, в котором вопросительный элемент *how* служит в качестве маркера экспрессивности. Также экспрессивность выражена за счет значения глагола *manage* в позиции сказуемого. Иными словами, мужской персонаж выражает изумление по поводу того, что женщине не удалось выйти замуж.

Высказывания мужских персонажей относительно женщин содержат стереотип о том, что **женщины любят ухаживать за собой, женщины щепетильно относятся к своей внешности**.

30. *Studies show that good grooming is most important to women. They value cleanliness and neatness more than anything else.* (S.E.P. 91)

Высказывание стереотипно за счет лексемы *women* во множественном числе, а также за счет элемента *studies* в главном предложении со ссылкой на научность данного стереотипа. Высказывание экспрессивно. Экспрессивность достигается за счет лексических средств: интенсификатора *most, anything else*, элемента *good grooming*, указывающего на предмет стереотипизации. Более того, экспрессивность усиливается за счет того, что предмет стереотипизации (*good grooming*) и предметы, входящие в семантическое поле понятия *grooming (cleanliness and neatness)* выступают не в качестве свойства или признака, предписываемого предмету

стереотипизации, а субстантивируются и опредмечиваются. Иными словами, внешность, чистота и аккуратность приобретают бóльшую значимость и являются важными критериями для женщин.

Гетеростереотипам, произносимым в мужской речи, также свойственна **комплексность стереотипов о возрасте и семейном статусе женщин**. При этом, подобные стереотипы содержат негативную оценку:

31. *When women get to be thirty-seven or thirty-eight, there's all this...stuff. Baggage. Their history works against them. (C.B. 28, b).*

Вербальным средством выражения стереотипности высказывания является за лексема *women* во множественном числе. Высказывание носит экспрессивный и оценочный характер. Экспрессивность выражена грамматическими средствами. Главное предложение полипредикативного предложения представлено прерванной структурой *there's all this...stuff*. Помимо этого, первое и второе предложения высказывания структурно представлены парцелированной конструкцией, где в качестве парцеллята выступает парцеллят – подлежащее *baggage*. Аккумуляция экспрессивности также происходит за счет лексических средств: кластера *all this*, а также за счет лексем *baggage* с негативной коннотацией. Имплицитно выражена мысль о том, что мужчины считают, что женщинам легче строить отношения в более раннем возрасте.

Стереотип относительно **женщин «в возрасте»** также был выявлен и в высказываниях женских персонажей. Однако женские персонажи не указывали причину, по которой женщине не удастся устроить личную жизнь. В то время как у **мужчин есть объяснение**:

32. *The problem is expectations. Older women don't want to settle for what's still available. (C.B. 30, b).*

Языковым средством выражения гендерного стереотипа является лексема *women* во множественном числе. Мужские персонажи англоязычной лингвокультуры объясняют неудачи женщин, связанные с попытками найти своего мужчину. Женщинам всегда мало того, что они имеют в настоящий момент. Экспрессивность высказывания выражена за счет того, что простой

малораспространенной структуры первого предложения. На лексическом уровне экспрессивность вербализована маркером категоричности *still*. Таким образом, мужской персонаж указывает, что у **женщин завышенные требования, ожидания**.

Помимо стереотипов о женщине «в возрасте», негативную оценку также содержат стереотипы о том, что **женщинам нет места в бизнесе**:

33. *Business is a private club. No women and no minorities. You might not like it, but that's the way it is. (C.B. 198, a).*

Высказывание стереотипно за счет лексемы *women* во множественном числе. Высказывание содержит экспрессивный и оценочный компоненты. Экспрессивность выражена за счет грамматики: простого малораспространенного предложения, открывающего высказывание, значение которого подчеркивает, что бизнес – это сугубо мужское занятие и женщинам никогда не удастся понять механизм функционирования делового мира. Кроме того, экспрессивность и негативная оценка вербализованы посредством эллиптического предложения *No women and no minorities*, при этом, объект стереотипизации маркирован отрицательной частицей *no* и выступает в качестве интенсификатора категоричности.

Манифестация независимости женщин не могла остаться без внимания со стороны мужчин. В женской речи **стереотип о независимой женщине** имеет положительную оценку. Однако у мужчин другой взгляд относительно женщин такого типа:

34. *The whole world is bored with women acting like men, and women carrying briefcases. What women really want is to stay home and be taken care of. (C.B. 327, a).*

Вербальными средствами выражения стереотипа выступают лексема *women* во множественном числе, а также элемент всеобщности *the whole world*, при помощи которого подчеркивается апеллирование говорящим не на собственный опыт, а на опыт социума. Помимо значения всеобщности, данный элемент реализует экспрессивное значение. Мужчин раздражают женщины, которые пытаются взять весь мир под свой контроль. Такой тип женщин характеризуется мужчинам с негативной оценкой, поскольку



властная женщина не может быть женственной. Высказывание носит ярко выраженный экспрессивный характер. На грамматическом уровне экспрессивность достигается за счет второго предложения высказывания, которое представлено в форме расщепленного предложения с начальным элементом *what (wh-cleft sentence)*. Также высказывание имеет оценочный компонент. Негативная оценка вербализуется за счет того, что в высказывании актуализировано семантическое противопоставление: элементам *acting like men* и *carrying brief-cases* противопоставляются элементы *stay home* и *be taken care of*. Мужской персонаж выражает негативную оценку по отношению к такому типу женщин, которые пытаются замаскировать свои истинные желания.

Мужские персонажи также высказываются относительно того, что **женщины любят сплетничать и осуждать друг друга:**

35. *Women are very, very judgmental. They're harsh critics of other women. That's too bad. (C.B. 94,b).*

Как и в предыдущих высказываниях, стереотипность данного высказывания вербализована посредством лексемы *women* в значении обобщения. Помимо этого, стереотипность высказывания представлена на синтаксическом уровне за счет того, что все предложения высказывания построены по модели *S+Vlink+P*, где субъект выражен элементом всеобщности, а предикатив – элементами со значением характеристики и качества, которые приписываются объекту стереотипизации. Высказывание характеризуется высокой степенью экспрессивности и оценочности. Первое предложение высказывания экспрессивно за счет структуры, которая является интенсификатором категоричности, а также за счет двухкомпонентного маркера экспрессивности *very judgmental*. Второе предложение также экспрессивно за счет структуры и маркера экспрессивности *harsh critics*. Третье предложение высказывания также экспрессивно за счет структуры и оценочно за счет номинации самого оценочного элемента *bad* и интенсификатора *too*.

## Промежуточные выводы

Рассмотрев высказывания мужских персонажей на наличие в них гендерных стереотипов о женщинах, т.е. гетеростереотипов, мы можем сделать следующие выводы. Языковыми средствами реализации гендерных стереотипов являются такие лексические индикаторы как лексема *women* во множественном числе, а также личное местоимение *they* в значении обобщения. Грамматическими средствами вербализации стереотипности выступают неопределенный артикль *a* перед объектом стереотипизации (*woman*) в значении универсальной дескрипции, а также различные элементы всеобщности. На синтаксическом уровне стереотипность выражена за счет модели предложения *S+Vlink+P*, где субъект предложения выражен элементом всеобщности, а предикатив указывает на характеристику и свойства, предписываемые объекту стереотипизации.

Высказывания мужских персонажей не отличаются от высказываний женских персонажей по степени экспрессивности, т.е. мужская речь также характеризуется высокой степенью экспрессивности. При этом если экспрессивность в женской речи выражена примерно равным соотношением лексических и грамматических средств, то мужская речь экспрессивна в большей степени за счет грамматических средств. На грамматическом уровне экспрессивность выражена простыми малораспространенными предложениями, структура которых служит интенсификатором экспрессивности, расщепленными предложениями с начальным элементом *what* (*wh-cleft sentences*), эмфатическими конструкциями с двойным отрицанием, парцеллированными конструкциями, эллиптическими предложениями с номинативным элементом, прерванными предложениями. Среди лексических средств вербализации экспрессивности были выделены такие маркеры экспрессивности и интенсификаторы как *very*, *too* и т.д.

Гетеростереотипы относительно финансовой независимости женщин и желания женщин конкурировать с мужчинами на равных в бизнесе, мужскими персонажами маркируются знаком «минус», в то время как эти же

стереотипы в женской речи отмечаются как положительные. В целом, соотношение высказываний, содержащих негативную оценку и высказываний, содержащих положительную оценку, является примерно одинаковым. Однако при выражении положительной оценки мужские персонажи не описывают какие-либо характеристики женщин как исключительные. В то время как указание на положительную оценку в женской речи часто имплицитно подразумевает исключительные характеристики, предписываемые женщинам.

Распространенными гетеростереотипами о женщинах являются стереотипы о финансовой независимости женщин, о женщинах «в возрасте», о том, что женщины должны быть харизматичными, о том, что женщины много времени и внимания уделяют внешности, о том, что женщины предъявляют высокие требования к мужчинам.

### **2.2.2 Высказывания мужских персонажей, содержащие гендерные стереотипы о представителях своей гендерной идентичности**

Данная группа высказываний является самой малочисленной и составляет всего 12 высказываний из 75 высказываний мужских персонажей. Собранный корпус примеров позволил установить, что в литературе последних десятилетий, а значит и в англоязычной лингвокультуре, мужчины оценивают себя преимущественно с негативной оценкой.

Мужские персонажи говорят о том, что мужчины – звери:

36. *A man is an animal, and a not very attractive animal. Greedy, striving, selfish, and murderous. (C.B. 273, b).*

Языковым средством реализации стереотипа является лексема *man* с неопределенным артиклем *a* в обобщающей функции, в значении дескрипции всего класса, при этом обозначается каждый представитель данного класса. Помимо этого, стереотипность выражена на синтаксическом уровне за счет модели предложения *S+Vlink+ P*, где субъект предложения выражен элементом всеобщности, а предикатив указывает на характеристику и

свойства, предписываемые объекту стереотипизации. Высказывание содержит экспрессивный компонент. Экспрессивность высказывания на грамматическом уровне выражена парцелированной конструкцией, в которой парцеллят представлен предикативом. Негативная оценка вербализована за счет номинации самих отрицательных качеств *greedy, striving, selfish, and murderous*, выраженных в парцеляте. Лексическим средством экспрессивности является лексическое повторение лексемы *animal*.

Негативная оценка также содержится в следующем примере, который репрезентирует стереотип о том, что **все мужчины – сволочи**:

37. *All men are assholes. (C.B., c 231).*

Как и в предыдущих примерах, стереотипность вербализована лексемой *men* во множественном числе, сопровождаемой квантором всеобщности *all*. Более того, для стереотипных высказываний, произносимых мужскими персонажами о мужчинах, характерна структура предложения, построенная по модели *S+Vlink+P*, где субъект предложения выражен элементом всеобщности, а предикатив указывает на характеристику и свойства, предписываемые субъекту как стереотипные. Высказывание экспрессивно, что на лексическом уровне достигается за счет значения категоричности, вербализованного дистрибутивным местоимением *all*. Негативная оценка выражена лексемой *assholes*. Простое малораспространенное предложение индексирует экспрессивность на грамматическом уровне.

Мужские персонажи высказываются о том, что **мужчины не готовы меняться ради женщин**:

38. *When men get older, we get set in our ways, and women just have to work around us. (C.B. 159, b).*

Вербальным средством выражения стереотипности является лексема *men* во множественном числе. Мужской персонаж подтверждает, что мужчина

эгоистичны. Однако если женские персонажи отмечают подобную характеристику со знаком «минус», персонажи-мужчины представляют этот стереотип как данность, маркированную нулевой оценочностью. Хотя высказывание не имеет оценочный компонент, оно выражает экспрессивность за счет лексических средств: интенсификатора *just*, а также экспрессивного значения модального глагола *have to*.

### **Промежуточные выводы**

Вербальными средствами реализации стереотипности выступают как лексические, так и синтаксические средства: лексема *men* во множественном числе, обычно сопровождаемая квантором всеобщности *all*, модель предложения  $S + Vlink + P$ , где субъект выражен элементом всеобщности, а предикатив указывает на характеристику и свойства, предписываемые объекту стереотипизации.

Высказывания мужских персонажей, содержащие автостереотипы, довольно экспрессивны. Причем, в отличие от высказываний, обозначенных в пункте (2.2.1), экспрессивность высказываний данной группы (2.2.2) в большей степени выражена за счет лексических средств.

На грамматическом уровне экспрессивность вербализована малораспространенными предложениями, парцеллированными конструкциями. Лексическими средствами вербализации экспрессивности и оценочности являются различные интенсификаторы (*very, just*), а также номинация элементов с экспрессивным значением (*greedy, striving, selfish, animal, assholes*).

Малочисленность стереотипов о мужчинах в мужской речи указывает на то, что мужчины не любят высказываться относительно своей гендерной группы. Хотя считается, что автостереотипы являются более разнообразными, чем гетеростереотипы, анализ примеров показал, что автостереотипы, т.е. стереотипы о мужчинах, выявленные в мужской речи, однообразны.

### 2.2.3 Высказывания мужских персонажей, содержащие гендерные стереотипы о представителях своей и противоположной гендерной идентичности

Данная группа высказываний составляет 20 высказываний из 75 стереотипных высказываний, направленных одновременно на представителей обеих гендерных идентичностей. Высказывания данной группы характеризуются сравнительной оценкой. При этом представительницы противоположного пола оцениваются со знаком «минус», а представители своего пола – со знаком «плюс». Таким образом эксплицируется позитивная ингрупповая идентичность.

Мужским персонажам свойственно указание на комплексность стереотипов, предписываемых объекту стереотипизации. Например, комплексным стереотипом является стереотип **о возрасте и внешности**. Такие примеры указывают на поддержание позитивной ингрупповой идентичности:

39. *Men get more attractive when they get older and women get less attractive. (H.F. 109).*

Языковыми средствами реализации стереотипности являются лексемы *men* и *women* во множественном числе в позиции подлежащего. Мужской персонаж подчеркивает, что мужчины находятся в более выигрышном положении по сравнению с женщинами: с возрастом мужчина становится более интересным для противоположного пола, в то время как женщины теряют свою молодость и привлекательность. Данный стереотип косвенно указывает на то, что мужчины склонны к изменам, поскольку они обращают внимание на молодых и привлекательных девушек, а не на женщин своего возраста. Высказывание экспрессивно за счет частичного параллелизма предикативной структуры *get more (less) attractive*.

Мужские персонажи высказываются об **отношении к любви со стороны женщин и мужчин**:

37. *Men have been singing to women for centuries. It's right up there with giving them jewelry. (J.C. 188).*

Высказывание стереотипно за счет того, что объекты стереотипизации *men* и *women* употреблены во множественном числе. Мужской персонаж указывает на то, что женщины меркантильны и не ценят внимание со стороны мужчины. Подобная характеристика, предписываемая женщинам, оценивается со знаком «минус». При этом указание на отрицательную характеристику выгодно подчеркивает достоинства мужчин – мужчины способны к истинной любви в отличие от женщин. Помимо оценочности, высказывание содержит экспрессивный компонент. На грамматическом уровне экспрессивность достигается за счет значения категоричности, выраженного глаголом в форме *Present Perfect Progressive*; на лексическом уровне – посредством маркера экспрессивности *for centuries*. Данный стереотип является примером поддержания ингруппового фаворитизма за счет выражения положительной оценки мужчинам.

В следующем высказывании также подчеркивается позитивная внутригрупповая идентичность. Однако высказывание содержит стереотип о **склонности мужчин к изменам:**

38. *No woman is perfect. Which is why we must keep looking.* (J.C. 47).

Языковым средством реализации стереотипности является двухкомпонентный маркер всеобщности *no woman* в значении дескрипции всего класса и одновременно указания на каждого представителя данного класса, а также за счет личного местоимения *we* в качестве квантора всеобщности и индикатора ингруппового фаворитизма. Более того, стереотипность выражена синтаксически посредством модели предложения *S+Vlink+P*, где субъект выражен элементом всеобщности, а предикатив указывает на характеристику и свойства, предписываемые объекту стереотипизации. Высказывание экспрессивно. Грамматическими средствами выражения экспрессивности является парцеллированная конструкция с парцеллятом – придаточным причины. На лексическом уровне экспрессивность достигается за счет того, что в главном предложении

субъект выражен элементом всеобщности *woman* с отрицательной частицей *no*, что придает всему высказыванию категоричность.

### **Промежуточные выводы**

Анализ мужских стереотипных высказываний со сравнительной оценочностью позволил прийти к следующим выводам.

Мужские персонажи оценивают женщин со знаком «минус», а мужчин – со знаком «плюс», что имплицитно поддерживает позитивный образ мужской группы.

Вербальными средствами выражения гендерных стереотипов являются лексемы *women/men* во множественном числе, личное местоимение *we* в качестве индикатора ингруппового фаворитизма, а также элемент всеобщности (*no woman*). На синтаксическом уровне стереотипность репрезентирована посредством модели предложения *S+Vlink+P*, где субъект выражен элементом всеобщности, а предикатив указывает на характеристику и свойства, предписываемые объекту стереотипизации.

Стереотипы о мужчинах и женщинах, выявленные в мужской речи, включают стереотипы о внешности и возрасте, об отношении к любви мужчинами и женщинами, о склонности мужчин к изменам.

### **Выводы по Главе II**

Анализ высказываний мужских и женских персонажей, содержащих гендерные стереотипы, распространенные в англоязычной лингвокультуре позволяет сделать следующие выводы:

1. Стереотипные высказывания чаще встречаются в речи женских персонажей, чем в речи мужских персонажей. Группа высказываний женских персонажей, содержащих гендерные стереотипы, составляет



145 высказываний из 220; группа высказываний мужских персонажей, содержащих гендерные, составляет 75 высказываний из 220. Корпус примеров позволяет провести анализ языковых средств репрезентации гендерных стереотипов.

2. Закономерно установление **языковых средств выражения гендерных стереотипов, общих для мужских и женских высказываний.**
3. Вербализация гендерных стереотипов представлена как лексическими так и грамматическими и синтаксическими средствами. Среди лексических средств выделены: лексемы *women/ men* во множественном числе, регулярно сопровождаемые маркером всеобщности *most* в препозиции; личное местоимение *you* в значении дескрипции всего класса и одновременно указания на каждого представителя данного класса; элементы обобщенности *statistics, studies* со значением научности стереотипов, а также кластер стереотипности *everyone knows*, посредством которого говорящий апеллирует не на личный опыт, а на опыт социума. К грамматическим средствам реализации гендерных стереотипов относятся: неопределенный артикль *a* в функции обобщения и универсальной дескрипции, а также модальный глагол *will* как маркер стереотипности, регулярности и предписания определенных свойств и характеристик, типичных объекту стереотипизации. Выявлено, что типичной структурой для стереотипного высказывания является модель предложения *S+Vlink+P*, где субъект выражен элементом всеобщности, а предикатив указывают на характеристику и свойства, предписываемые объекту стереотипизации.
4. Для высказываний женских персонажей, содержащих гендерные стереотипы, характерны **языковые средства, вводящие гендерный стереотип с оценкой.**

5. **Языковыми средствами, вводящими стереотип с положительной оценкой**, являются: личное местоимение *we*, регулярно сопровождаемое лексемой *women* в постпозиции, посредством которых подчеркивается ингрупповой фаворитизм в высказываниях женских персонажей; местоимение *she* в значении категоризации, выражающего положительную оценку, а также трехкомпонентный кластер всеобщности *many of us*.
6. **Вербальная репрезентация гендерных стереотипов с негативной оценкой** представлена следующими лексическими и грамматическими средствами: указательным местоимением *those*, входящим в состав трехкомпонентного кластера *one of those*, а также трехкомпонентным кластером *women/ men who + V* с ограничительным определительным элементом *who + V*; конструкциями с пассивностью, подчеркивающими инертность мужчин и отстраненность от происходящего (*need to be marched, are allowed to leave*).
7. Женские и мужские персонажи англоязычной лингвокультуры чаще высказываются о женщинах (121 высказывание, содержащее гендерные стереотипы о женщинах из 220 высказываний общего количества). Далее по релевантности, объектом стереотипизации в речи мужских и женских персонажей выступают мужчины (62 высказывания, содержащие гендерные стереотипы о мужчинах из 220 высказываний общего количества). Высказывания, произносимые женскими и мужскими персонажами, направленные одновременно на представителей обеих гендерных идентичностей, представляют собой самую малочисленную группу высказываний (47 высказываний, содержащих гендерные стереотипы и о женщинах и о мужчинах из 220 высказываний общего количества). Таким образом, можно установить, что стереотипы о женщинах являются более

разнообразными и комплексными, а стереотипы о мужчинах являются ограниченными.

8. Автостереотипы, содержащиеся в высказываниях женских персонажей англоязычной лингвокультуры, являются разнообразными и комплексными. Среди распространенных автостереотипов, содержащихся в женской речи, самыми распространенными являются автостереотипы относительно семейного статуса женщин, женщин «в возрасте», личностной независимости женщин, самостоятельности и финансовой независимости, зависимости женщин от общественного мнения, стремления женщин выйти из зоны комфорта, привычки женщин взваливать на себя много обязанностей.
9. Гетеростереотипы, выявленные в высказываниях женских персонажей (стереотипы о мужчинах), являются ограниченными. Распространенными гетеростереотипами, выявленными в высказываниях женских персонажей англоязычной лингвокультуры, являются гетеростереотипы о том, что мужчины ненадежны, пассивны и эгоистичны; мужчины ограничены в своих интересах; мужчины не хотят жениться, но ценят комфорт и заботу, мужчины стремятся к богатству.
10. Высказывания женских персонажей, направленные одновременно на представителей своей и противоположной гендерной идентичности, содержат сравнительную оценочность. При этом, представительницы своей гендерной идентичности характеризуются положительной оценкой, а представители противоположной гендерной идентичности – негативной оценкой. Распространение положительной оценки на представительниц своей гендерной идентичности подчеркивает внутригрупповой фаворитизм.
11. Экспрессивность стереотипных высказываний женских персонажей вербализуется в равной степени за счет как лексических так и грамматических средств. Среди лексических средств выделены

различные интенсификаторы (*so, much*) и маркеры (*all, everywhere, all the time, truly* и др.). Распространенными грамматическими средствами передачи экспрессивности являются: риторические вопросы, парцелированные конструкции, параллелизмы, простые малораспространенные предложения, структура которых усиливает категоричность высказывания, расщепленные предложения (*cleft sentences*), эмфатические конструкции, а также предложения с инициальным союзом *but*.

12. Автостереотипы, представленные в мужской речи, являются однообразными по сравнению с автостереотипами, выявленными в женской речи. Распространенными автостереотипами, высказываемыми мужскими персонажами являются стереотипы о том, что мужчины ненадежны, эгоистичны. Установлено, что в литературе последних десятилетий, а значит и в англоязычной лингвокультуре, мужчины оценивают себя преимущественно с негативной оценкой.
13. Гетеростереотипы, выявленные в мужской речи, являются более разнообразными, по сравнению с гетеростереотипами, представленными в высказываниях женских персонажей. В число распространенных гетеростереотипов, выявленных в высказываниях мужских персонажей, входят стереотипы о семейном статусе женщин, внешности женщин, финансовой независимости, склонности женщин к сплетням и обсуждениям, завышенных ожиданиях женщин и высокой требовательности к мужчинам.
14. Высказывания мужских персонажей, направленные одновременно на представителей своей и противоположной гендерной идентичности, содержат сравнительную оценочность. При этом, представительницы своей гендерной идентичности характеризуются положительной оценкой, а представители противоположной гендерной идентичности – негативной оценкой. Распространение положительной оценки на

представительниц своей гендерной идентичности подчеркивает внутригрупповой фаворитизм.

15. Мужская речь как и женская речь также характеризуется высокой степенью экспрессивности. Однако если экспрессивность в женской речи выражена примерно равным соотношением лексических и грамматических средств, то мужская речь экспрессивна в большей степени за счет грамматических средств, таких как: простые малораспространенные предложения, структура которых служит интенсификатором экспрессивности, расщепленные предложения с начальным элементом *what* (*wh-cleft sentences*), эмфатические конструкции с двойным отрицанием, парцеллированные конструкции, эллиптические предложения с номинативным элементом, прерванные предложения. Лексическими средствами экспрессивности выступают различные интенсификаторы и маркеры экспрессивности.

### **Заключение**

Настоящее исследование было посвящено анализу высказываний женских и мужских персонажей, содержащих гендерные стереотипы, с целью установления диапазона языковых средств, репрезентирующих гендерные стереотипы, а также выявлению распространенных гендерных стереотипов в англоязычной лингвокультуре.

Корпус собранных примеров был поделен на две группы высказываний: высказывания женских персонажей, содержащие гендерные стереотипы о представителях своей и противоположной гендерной идентичности, а также высказывания мужских персонажей, содержащие гендерные стереотипы о представителях своей и противоположной гендерной идентичности.

Установлены языковые средства репрезентации гендерных стереотипов, общие для мужской и женской речи.

Выяснилось, что для высказываний женских персонажей, содержащих гендерные стереотипы, характерны **языковые средства, вводящие гендерный стереотип с оценкой.**

Мужские и женские персонажи англоязычной лингвокультуры чаще высказываются о женщинах. Таким образом, можно заключить, что в англоязычной лингвокультуре, женщины являются более частым объектом стереотипизации, чем мужчины. Следовательно, стереотипы о женщинах являются более разнообразными и комплексными, а стереотипы о мужчинах – однообразными.

Стереотипным высказываниям, произносимым как женскими так и мужскими персонажами англоязычной лингвокультуры, характерна оценочность.

В высказываниях женских персонажей английской лингвокультуры, содержащих гендерные стереотипы о представительницах своей гендерной идентичности т.е., автостереотипы, реализуется преимущественно положительная оценка.

В высказываниях мужских персонажей английской лингвокультуры, содержащих гендерные стереотипы о представителях своей гендерной идентичности, т.е., автостереотипы, реализуется преимущественно негативная оценка.

При характеристике представителей противоположной гендерной идентичности, т.е. при указании гетеростереотипов, персонажи-женщины дают негативную оценку. Персонажи-мужчины характеризуют

представительниц противоположной гендерной идентичности, т.е. указывая на гетеростереотипы, дают преимущественно положительную оценку.

В высказываниях как мужских, так и женских персонажей, направленных одновременно на представителей своей и противоположной гендерной идентичности, присутствует сравнительная оценочность, причем представители своей гендерной идентичности характеризуются с положительной оценочностью, а противоположной – с негативной. Иными словами, положительная оценка указывает на ингрупповой фаворитизм.

Выяснилось, что стереотипные высказывания, произносимые как мужскими так и женскими персонажами, обладают высокой степенью экспрессивности. При этом, экспрессивность стереотипных высказываний, произносимых женскими персонажами, вербализуется в равной степени за счет лексических и грамматических средств. Мужская же речь экспрессивна в большей степени за счет грамматических средств.

На основании выявленных гендерных стереотипов, существующих в англоязычной лингвокультуре, было установлено, что в репрезентации образа женственности в текстах художественной литературы наблюдается динамика изменения представлений о женщинах от патриархальных к эгалитарным.

В репрезентации образа женственности в текстах художественной литературы англоязычной лингвокультуры наблюдается тенденция андрогинии – проявления у женщин «мужских» черт характера. Образ женщины в большинстве стереотипных высказываний несет в себе положительную оценку и ассоциируется с независимостью и самостоятельностью, что свидетельствует об изменении гендерных ролей женщин.

В репрезентации образа мужественности в текстах художественной литературы наблюдается динамика изменения представлений о мужчинах в сторону негативной характеристики.

### **Список использованной литературы**

1. Аксянова Г.А., Давыдова С.С. Этнические стереотипы и ценностные ориентиры московских школьников (на примере русских и армян). М.: Ин-т этнологии и антропологии РАН, 2003. 36 с.
2. Андрианова Е.К. Позиционирование прерванных построений (в английском языке) //Сб.матер. III Всероссийской научн.конф. «Англистика XXI века»/ Санкт-Петербургский гос.ун. СПб., 2007. — С. 33-36.
3. Аносов Е.А. Лингвистическая репрезентация константных/динамических гендерных стереотипов в русской и англоязычной



лингвокультурах: Автореф.канд.фил.наук.- Тюмень: ФГБОУ ВПО «Челябинский гос.ун-т», 2013.- 22 с.

4. Антинескул О.Л. Гендер как параметр текстообразования. Пермь: ПГУ, 2000. – 257 с.

5. Бабаева Е.В. Лингвокультурологические характеристики русской и немецкой аксиологических картин мира: автореф. дис..док.филол. наук. \_ Волгоград, 2004. – 40 с.

6. Бакушева Е.М. Социолингвистический анализ речевого поведения мужчины и женщины: на материале фр.яз.: автореф.дис.канд.филологич.наук. М., 1995. 193 с.

7. Беляева А.Ю. Особенности речевого поведения мужчин и женщин (на материале русской разговорной речи): Дис. канд. фил. наук. — Саратов: 2002. — 191 с.

8. Борисова Е.Г. Употребление междометий в речи женщин и мужчин// Тр. междунар. конф. «Gender: language, Culture, Communication» / МГЛУ. — М., 2003. — С. 22.

9. Вахрамеева А.С. Гендерно-ориентированные высказывания в современном английском языке (на материале женской прозы): Дис. канд. фил. наук. — СПб: СПГУ, 2009. — 191 с.

10. Горошко Е.И. Гендерная проблематика в языкознании.[Электронный ресурс]// Owl.ru: информ.-справочный портал. М., 2000. URL: <http://www.owl.ru/win/books/articles/goroshko.htm> (дата обращения: 27.09.2015).

11. Горошко Е. И. Особенности мужских и женских вербальных ассоциаций (Опыт качественной интерпретации) // Гендер: язык, культура, коммуникация: Доклады Второй Международной конференции. М., 2002. С. 77–86

12. Гладких С.В. Этнические стереотипы как феномен духовной культуры: дис.канд.философ.наук. Ставрополь, 2001. 154 С.

13. Деркачева Л.В. Специфика гендерной идентичности мужчин// Матер. II междунар.научно-практ. конф. «Теория и практика гендерных исследований в мировой науке» / Научно-изд.центр «Социосфера».- Пенза-Махачкала-Ереван, 2011. — С. 78-84.

14. Елизарова Г.В. Культура и обучение иностранным языкам. СПб.: КАРО, 2005. 352 с.
15. Ермакович С.П. Когнитивно-прагматические аспекты гендера в рекламе (на материале русского и английского языков): автореф. дис. канд. филологич. наук. Калининград, 2003. 23 с.
16. Жельвис В.И. Поле брани: сквернословие как социальная проблема. – М.: Ладомир, 1997. - 330 с.
17. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. Назрань: Пилигрим, 2010.
18. Жигайкова Е.А. Английская женская речь, АКД. М., 2004. – 73 с.
19. Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова М.М. О чем и как говорят женщины и мужчины // Русская речь. №1, 1989. С. 42–46.
20. Земская Е.А., Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Особенности мужской и женской речи // Русский язык в его функционировании.
21. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. М.: Институт социологии РАН, 1999. — 189 с.
22. Кирилина А.В., Томская М.В. Лингвистические гендерные исследования. [Электронный ресурс] // Отечественные записки. №2, 2005.
23. Кирилина А. В. Гендерные аспекты массовой коммуникации // Гендер как интрига познания: Сб. ст. М., 2000. С. 47–81.
24. Колесникова М.С. Гендерные ассиметрии и стереотипы в лингвострановедческих словарях // Гендер: язык, культура, коммуникация. М.: МГЛУ, 1999. С. 212–221.
25. Кон И.С. Меняющиеся мужчины в меняющемся мире // Этнографическое обозрение №6, с.99-114. [Электронный ресурс] // journal.iea.ras.ru: м н ф о р м . - с п р а в о ч н ы й п о р т а л . М . , 2 0 0 0 . URL: [http://journal.iea.ras.ru/archive/2010s/2010/Kon\\_2010\\_6.pdf](http://journal.iea.ras.ru/archive/2010s/2010/Kon_2010_6.pdf) (дата обращения: 10.10.2015).
26. Кравченко А.В. Знак. Значение. Знание. – Иркутск, 2001.
27. Красных В. В. Этнопсихология и лингвокультурология: Курс лекций / В. В. Красных. М.: ИТДГК "Гнозис", 2000

28. Крысько В. Г. Этническая психология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2002.
29. Кубрякова Е. С., Демьянков В. З. К проблеме ментальных репрезентаций // Вопросы когнитивной лингвистики. М.: Институт языкознания; Тамбов: Тамбовский гос. университет им. Г. Р. Державина, 2007. – № 4. – С.8–16.
30. Куралева Т.В. Дискурсивные функции инициальных сочинительных союзов (на материале современного английского языка). Дис. на соиск. уч. степ. к. фил. н., спец. 10.02.04. СПб, 2007.- 105 С.
31. Лалетина А.О. Языковое конструирование гендера в журналах об образе жизни (на материале англ. языка): Автореф. канд. фил. наук.-Нижний Новгород, 2007.- 25с.
32. Липпман У. Общественное мнение. М., «Институт фонда Общественное мнение», 2004.
33. Магнес Н.О. Структура устного бытового повествования и специфика ее гендерной реализации: (На материале англ. яз.): Канд. дисс. филол. наук.: спец. 10.02.04. С.-Петербург. гос. ун-т. СПб, 1999. – 198 с.
34. Мануковский М.В. Стереотипы сознания в межкультурной коммуникации: уч. пособие по курсу «Теория межкультурной коммуникации». Воронеж: Воронеж.гос.ун-т, 2005. 100 С.
35. Матурана У. Биология познания// Язык и интеллект.- М., 1995.- С. 95-142.
36. Назырова Л.С. Особенности национальных стереотипов русских и казахов (на материале Республики Казахстан): дис. канд. психол. наук. М., 2001. 242 с.
37. Нельсон Т. Психология предубеждений. Секреты шаблонов мышления, восприятия и поведения. СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. 384 С.
38. Немов Р.С. Психологический словарь. Владос, 2007
39. Ожгихина Е.С. Концептуальный анализ рекламного текста с позиции гендера: дис.канд.фил.наук.- Уфа, 2006. —196 с.

40. Окладникова Е.А. Этносоциология (Теория этнических ценностей): учеб.пособие. СПб.: СПбГИЭУ, 2006. 170 с.
41. Петрова Е.С. В обличье женщины: «Гендерный сдвиг» в художественной литературе // Женщины и наука – история и современность /Гл. ред. А. Г. Забродский. СПб., 2007. С. 320–325.
42. Петрова Е.С. Сопоставительная типология английского и русского языков: грамматика. М.-СПб, 2011.
43. Петрова Е.С., Куралева Т.В. Экспрессивный синтакс английского языка: уч.пособие. СПб.: СПбГУ. РИО. Филологический ф-т, 2013. – 48 С.
44. Пилатова В.Н. Экспрессивное отрицание в современном английском языке. СПб, 2002. – С. 3-190.
45. Пушкарь Г.А. Типология и поэтика женской прозы: гендерный аспект: дис.канд.фил.наук. – Ставрополь, 2007. – 234 с.
46. Потапов В.В. Попытки пересмотра гендерного признака в английском языке // Гендер как интрига познания. Сб. статей / Московский государственный лингвистический университет. Лаборатория гендерных исследований. М., 2000. С. 151–167.
47. Потапов В.В. Современное состояние гендерных исследований в англоязычных странах // Гендер как интрига познания. М., 2002. – С. 94-117.
48. Романов А.А., Витлинская Т.Д. Особенности мужского и женского употребления и выражения настаивания// Андрогинность дискурса: Материалы рабочего совещания/ Под ред. В.Н.Базылева и Ю.А.Сорокина. – М: МАКС-Пресс. 2000. – С. 22-26.
49. Романов А.А., Романова Е.Г. Гендерная компонента в лингвистике: проблемы объекта и предмета исследования// Animus et anima: языковые картины мира и формы речевого поведения/ Под ред. А.А.Романова.- Москва-Тверь, 2000.- С.4-20.
50. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М.: Высш. Шк., 2005. 310 с.
51. Семендяева О.Ю. Стереотип как социальный и социально-психологический феномен: дис.канд.философ.наук.М., 1986. 195 с.

52. Серова И.Г. Гендер. Язык. Ментальность. Тамбов: ТГУ им. Г.Р. Державина, 2006. – 217 с.
53. Словарь гендерных терминов. Под ред. Денисова А.А. М.: Информация XXI век, 2002, 256 с.
54. Слышкин Г.Г. Дискурс и концепт (о лингвокультурном подходе к изучению дискурса) // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. Волгоград, 2000. С. 38–45.
55. Сокольская В.В. Гендерные стереотипы на рынке труда (на примере монопрофильного города): Дис. канд. фил. наук. —Екатеринбург: УГУ им. А.М.Горького, 2003. — 198 с.
56. Солдатова Г.У. Психология межэтнической напряженности. М.: Смысл, 1998. 389 с.
57. Сорокина Н.В. Методическая типология стереотипов как компонент обучения иностранным языкам в вузе// Язык и культура. Вып.№ 3 (23), 2013 – С. 120-139.
58. Степанов Ю.С. Основы языкознания. – М.: Просвещение, 1969. - С.176.
59. Стернин И.А. Некоторые жанровые особенности мужского коммуникативного поведения // Жанры речи: сборник научных статей. – Саратов: Изд-во Государственного учебно-научного центра “Колледж”. – 2000. – № 2. – С.178-185.
60. Стернин И.А. Коммуникативное поведение в составе национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания. – М.: РАН, Ин-т языкознания, 1996. – С. 97-112.
61. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология М.: Ин-т психологии РАН, Академ.проект, 1999. 320 с.
62. Табурова С.К. Эмоциональный уровень мужской и женской языковой личности и средства его выражения: (На материале пленарных дебатов Бундестага): дис. . . канд. филол. наук. М., 1999. – 214 с.
63. Табурова С.К. Эмоции в речи депутатов бундестага: мужские и женские предпочтения // Гендер как интрига познания: сб.статей. М., 2000. С. 168-191.

64. Тукачева Ю.С. Методологические проблемы гендерного подхода // Материалы II междунар.научно-практ. конф. «Теория и практика гендерных исследований в мировой науке» Научно-изд.центр «Социосфера».- Пенза-Махачкала-Ереван, 2011. — С. 10-16.
65. Халеева И.И. Гендер как интрига познания// Гендер как интрига познания: Сб.ст. – М., 2000. – С. 4-9.
66. Хоф Р. Возникновение и развитие гендерных исследований // Пол.Гендер.Культура: немецкие и русские исследования: Сб.ст. М.: 2009. — С. 31-60.
67. О.В. Шублебина. Парцеляция как явление экспрессивного синтаксиса // Вестник КРСУ. — 2012. Том 12— № 5. — С. 39 — 41.
68. Ягубова М.А. Оценка в разговорной речи мужчин и женщин // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты. – Волгоград – Саратов: Перемена, 1998. - С.43-54.
69. Butler S. Gender trouble. Feminism and the Subversion of Identity. New York: Routledge, 1989. —256 p.
70. Cameron D. Theoretical Debates in Femenist Linguistics: Questions of Sex and Gender // Gender and Discourse / Ed. By Ruth Wodak. London: Sage, 1997. P. 21–37.
71. Coates J. Women, men and language. London, New York: Longman, 1986. – 178 p.
72. Coats J. Women’s friendship, women’s talk// Gender and discourse: Сб. науч. тр. — London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 1997. — p.245-262.
73. Coates J. Women talk: Conversation between women friends. Oxford: Blackwell, 1996. – 324 p.
74. Coates J. Gossip revisited language in all-female groups // Coates J., Cameron D. Women in Their Speech Communities. Longman Inc., 1988. - P.94-123.
75. Eagly A. Sex differences in social behavior: a social; role interpretation. Hillsdale, NJ, Erlbaum. 1987
76. Eckert P, McConnel-Ginet S. Language and gender.- New York: Cambridge University Press, 2003.- 366 p.

77. Edwards J. language and identity: key topics in sociolinguistics. - New York: Cambridge University Press, 2009.- 314 p.
78. Glover D., Kaplan C. Genders. London: Routledge, 2009. — 203 p.
79. Goodwin M.H. The relevance of ethnicity, class, and gender in children's peer negotiations// The handbook of language and gender: Backwell Publishing Ltd, 2003. — p.229-252.
80. Gumperz J.J. Discours Strategies. Cambridge: Cambridge University Press, 1982. – 180 p.
81. Holmes J. Story-telling in new Zealand women;s and mens talk// Gender and discourse: London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 1997. — p.263-293.
82. Holmes J. Women Talk Too Much // Language Myths. London: Penguin Books, 1998. P. 41–57.
83. Jespersen O. Language, Its Nature, Development, Origin. London: George Allen & Unwin Ltd, 1922. – 367 p.
84. Kammeyer, K.C.W., Ritzer, G., Yetman, N.R. Sociology: Experiencing Changing Society. Boston–London–Toronto, 1997. – 292 p.
85. Kothhoff H. Theinteractional achievement of expert status. Creating asymmetries by “Teaching Conversational lectures” in TV discussions// Communication gender in contex edited by H. Kothoff and R. Wodak: Amsterdam/ Philadelphia: john Benjamins Publishing Company, 1997. - p. 139-178.
86. Lakoff R. Language and woman's place. - New York, London: Harper Colophon Books, 1975.- 366 p.
87. Maltz D.N., Borker R.A. A cultural approach to male – female miscommunication // Language and social identity. Cambridge: Cambridhe University Press, 1982. P. 195–216.
88. Romanie S. Gender, grammar, and the space in between// Communication gender in contex edited by H. Kothoff and R. Wodak: Сб. науч. тр. — Amsterdam/ Philadelphia: john Benjamins Publishing Company, 1997. - p. 51-76.
89. Sheldon A. Talking power: girls, gender enculturationand discourse// Gender and discourse: London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 1997. — p.225-244.

90. Sunderland J. Language and gender: an advanced resource book. – London, NY: Routledge, 2006. – 359p.
91. Tajfel H. Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations. London^ Academic Press. 1978.
92. Tannen D. Gender and family interaction// The handbook of language and gender: Сб. науч. тр. — Backwell Publishing Ltd, 2003. — p.179-201.
93. Tannen D. Gender and conversational interaction. – NY, Oxford: Oxford University Press, 1993. – 327p.
94. Tannen D. Gender and discourse. - NY, Oxford: Oxford University Press, 1996. – 221p.
95. Tannen D. You just don't understand. Women and men in conversation. New York: William Morrow, 1990. – 352 p.

### **Список источников примеров с сокращениями**

1. L.K. – Lisa Kleypas. Blue-eyed devil. London: Phoenix, 2006. – 286 p.
2. J.C. – Jennifer Crusie. Bet me. New York: St. Martin's Press, 2004. – 270 p.
3. K.H. – Kristan Higgins. Catch of the day. New York: Harlequin Books S.A., 2007. – 264 p.
4. K.H. – Kristan Higgins. To good to be true. New York: Harlequin Books S.A., 2007. – 336 p.
5. S.E.P. – Susan Elizabeth Phillips. Match me if you can. London: Harper Collins Publishers, 2005. – 243 p.
6. B.A. – Brenda Aubrey. At any price. New York: Harlequin Books S.A., 2013. – 297 p.
7. B.A. – Brenda Aubrey. For the win. New York: Harlequin Books S.A., 2013. – 208 p.
8. J.W. – Jennifer Weiner. All fall down, New York: Atria Books, 2014. – 224 p.



9. J.N. – Jennifer Niven. All the bright places. New York: Knopf, 2015. – 297 p.
- 10.H.F. (b) – Helen Fielding. Bridget Jones’s Diary. London: Picador, 1998. – 315 p.
- 11.C.B. (a) – Candace Bushnell. Lipstick jungle. New York: Hyperion, 2005. – 355 p.
- 12.C.B. (b) – Candace Bushnell. One Fifth Avenue. New York: Hyperion, 2008. – 434 p.
- 13.C.B. (c) – Candace Bushnell. Sex and the city. New York: Hyperion, 2001. – 189 p.
- 14.C.B. (d) – Candace Bushnell. Trading Up. New York: Hyperion, 2003. – 512 p.