

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Печатается по решению Ученого совета
Московского государственного лингвистического университета

Св. доп. план 2003, разд. I, поз. 9.

Гендер:

Лаборатория гендерных исследований

Язык, Культура, Коммуникация



Gender:

Language, Culture, Communication

МАТЕРИАЛЫ

Третьей международной конференции
27–28 ноября 2003

Proceedings of the Third International Conference
27–28 November 2003

Сборник тезисов Третьей международной конференции «Гендер: язык, культура, коммуникация» отражает содержание представленных на конференцию докладов по гендерной проблематике в лингвистике, литературоведении и теории коммуникации.

Освещаются четыре группы научных проблем:

Методологические проблемы исследования гендера в лингвистике и теории коммуникации.

Гендер как социокультурный феномен и его отражение в языке.

Гендер в межкультурной коммуникации.

Текст и дискурс: гендерный анализ.

Москва 2003

© Московский государственный лингвистический университет, 2003

СОДЕРЖАНИЕ

Пленарные доклады

Элизабет Шоре Теория и практика интеграции гендерных исследований в учебные программы университетов	11
Кирилина А.В. Некоторые итоги гендерных исследований в российской лингвистике	12
Гриценко Е.С. Гендер в семантике слова	13
Титкова О.И. Феминизм и языковой имидж социума	14

Секционные доклады

Алябьева Е.Л. Французские прециозницы XVII века в контексте эпохи	16
Амелёнков А.А. О гендерном факторе в учете и анализе деятельности предприятия	17
Анищенко А.В. О гендерных особенностях реализации эмоциональных реакций	18
Бабенкова Е.А., Буренина Н.В. Гендерный анализ дискурса законодательных текстов	19
Баженова И.С. Конвенции обозначения эмоциональности мужчин и женщин в художественной прозе	20
Барышникова Г.В. Диахронический аспект гендерной номинации оценки	21
Борисова Е.Г. Употребление междометий в речи женщин и мужчин	22
Бородина О.В., Варданян О.А. Гендерные коллизии в творчестве Владислава Ходасевича	23

Бумагин Р.Е. Конструктивистский конструктивизм в гендерологии: аксиомы	25
Варданян О.А. К вопросу о гендерной природе поэтических текстов	26
Васькова О.А. Представление гендера во фразеологических словарях	27
Васюкова С.В. Гендерные особенности посланий в газете	30
Вишнякова Ю.В. Гендерные аспекты славянской мифологии в контексте мифологических энциклопедических словарей	31
Галунова Н.Н. Свободный ассоциативный эксперимент как метод исследования гендерных различий в раннем онтогенезе (на базе украинского языка)	33
Городникова М.Д. Гендерные аспекты детектива в контексте массовой культуры	34
Горошко Е.И. К вопросу о соотношении количественных и качественных методов анализа данных в лингвистической гендерологии	35
Григорян А.А. Дискурс и гендер	36
Гришаева Л.И. Дискурсивный фактор «гендер» и организация информации в тексте	38
Гусейнова И.А. Гендерный конфликт в маркетинговой коммуникации	39
Двинянинова Г.С. Гендерный аспект дискурсного анализа современной британской прессы	40

Дмитриева М.Н. Гендерная терминология: национальное vs интернациональное	42
Ермакович С.П. Гендерный и культурно-языковой параметры в рекламном дискурсе.....	43
Ефремова М.А. Гендерные концепты в восприятии кинотекста (на материале кинофильма «Белое солнце пустыни»).....	44
Желтухина М.Р. Суггестивность в рекламе и концепт «женщина».....	45
Заботкина В.И. Гендерная составляющая прагматической интерпретации знака.....	46
Захарова Т.Н. Языковые средства выражения гендера в процессе виртуальной коммуникации (на примере чатов для знакомства «15+», «FLIRT»)	48
Зевахина Т.С. Общий род и квазиобщий род: проблема нечеткости (экспериментальное исследование).....	49
Зыкова И.В. Гендер – конструкт фразеосферы русской и английской культур (о проблеме межкультурного общения).....	50
Иванченко Г.В. К проблеме выявления имплицитной концепции профессионального успеха: гендерные аспекты.....	51
Ивашкин С.Н. Семиотика спорта и требования к гендеру	52
Калугина О.В. Гендерный аспект в изучении творчества А.С.Голубкиной	53
Карташкова Ф.И., Ганина В.В., Гудкова О.Н. Невербальные компоненты коммуникации, отражающие эмоции мужчин и женщин	55
Кириллова И.А. Описание идеала мужественности в дневниках девочек.....	56

Клименко Е.О. Менеджер – он или она? (гендерные характеристики концепта «менеджмент» в этнокультурном освещении).....	57
Клиновская А.А. Концепты феминности и маскулинности в политическом журнальном дискурсе (предвыборная кампания в ФРГ 2002 г.).....	58
Коврик О.А. «Мужской» и «женский» Рай в белорусской маляванке.....	59
Колесникова М.С. Гендерный анализ учебной лексикографии: проблемы и перспективы	61
Коноваленко И.В. Коммуникативные тактики русской речи в аспекте их гендерной специфики (на материале исследования колкости) ...	62
Коновалова С.А. Гендерный аспект атрибутивных отношений текста русской народной волшебной сказки	63
Крейдлин Г.Е. Мужчины и женщины в невербальной коммуникации: культурно-универсальные и культурно-специфические особенности невербального коммуникативного поведения	67
Кузниченко Л.В. К вопросу об исследовании письменной речи в криминалистике (проблема установления пола автора текста).....	68
Курдадзе Р.Ш. Гендерные термины, связанные с одним свадебным ритуалом, в грузинском языке	69
Курнаева Н.А. Свои и Чужие в идентификационных стратегиях гендерного дискурса.....	70
Любимова Н.В. Гендер как эпифеномен литературного процесса.....	71
Максименко О.Г. Новая среда, вечная тема: брачные объявления в Интернете.....	72
Матюхина Ю.В. Фатический метадискурс	73

Милосердова Е.В. Гендерные стереотипы в современной российской коммерческой рекламе	74
Миронова Н.И. Когнитивный анализ текста ассоциативного поля: гендерный аспект	76
Никифорова С.А. Образ святой в русской гимнографии и агиографии	77
Никольская В.А. Английская паремиялогия с точки зрения гендерной теории	79
Новикова Е.Ю. Гендерный аспект наименований лиц по профессии в современном немецком языке	80
Ольшанский И.Г. Лексикографические аспекты гендерных исследований	81
Олянич А.В. Гендер в массово-информационном дискурсе (презентационные стратегии «женских» и «мужских» ток-шоу)	82
Ощепкова Е.С. Стереотипные представления о «мужском» и «женском» текстах в сознании носителей русского языка	83
Пивоварова Е.В. Отражение гендерного аспекта в новой немецкой лексике	84
Погребная В.Л. Художественные приметы женского творчества (на материале романистики писательниц 1860–80-х гг.)	86
Погребнова А.Н. Гендерная специфика вербализации эмоций у носителей русской культуры	88
Пылайкина В.П. Социокультурный аспект категории рода в языке древнеанглийского периода (VII–XII вв.)	90
Рудакова А.В. Исследование гендерных особенностей концепта «быт»	91

Рябов О.В. Галломания как феномен русской идентичности: опыт гендерного анализа	92
Селезнёва С.Ю. Гендерный аспект языкового представления мыслительной деятельности в рамках теории концептуальной метафоры (английский язык)	94
Сергеева М.В. Гендерные асимметрии и стереотипы в иллюстративных контекстах словарей	95
Серова И.Г. Гендерный аспект параметризации события (на материале дискурса американских газет)	96
Сизова А.Ф. Проблема власти в художественном переводе: формирование и субординация	98
Сироткина Ю.Н. Гендерные различия в детской речи (о разных путях усвоения языка)	99
Слышкин Г.Г. Наивная классификация анекдотов (гендерный аспект)	101
Снегова Т.И. О гендерной стереотипизации образа юриста	102
Соколинская Е.Г. Способы конструирования гендерной идентичности в дискурсе чата	103
Соловьёва И.В. Герой детства как отражение социальных и гендерных стереотипов	104
Ставицкая Л.А. Гендерно отмеченные номинации в системе современного сленгового словоупотребления (на материале украинского и других славянских языков)	105
Стернин И.А. Проблема описания гендерного коммуникативного поведения	106

Тарасов М.М. Гендерные исследования в контексте постструктуралистской философии	106
Тимофеев М.Ю. «Водка мужского рода»: гендерная семантика названий и визуальных репрезентаций современных крепких алкогольных напитков России	107
Томская М.В. Конструирование гендерной идентичности в якутском героическом эпосе	108
Трофимова Е.И. Гендерные аспекты формирования литературного канона	109
Трубченинова А.А. Механизмы актуализации гендерных стереотипов в газетном спортивном дискурсе (на материале немецкой прессы).....	110
Узенёва Е.С. Жаргон и представления о женском и мужском поле (на материале современного болгарского языка).....	112
Улюра А.А. Псевдоандрогонимы в русской литературе	113
Фатеева Н.А. Гендерные и коммуникативные «сдвиги» как выражение авторской стратегии	115
Фатыхова Ф.Ф. Гендерные различия в периодизации жизненного цикла человека (на материале башкирского фольклора)	116
Федотова М.Е. Гендерная специфика характерологических наименований профессий в современном немецком языке	117
Федченко А.В. Этнические автостереотипы московских школьников (15–16 лет, гендерный аспект)	118
Царева Е.В. Женский дискурс и женские образы в современной литературе Великобритании	119

Цыганкова Е.Е. Гендерные аспекты восприятия рекламного текста	120
Světlá Čmejrková The Case of Gender in Czech	122
Шапкарина О.А. Гендерный подход в изучении новейшей политической истории России	123
Шевелева Л.В. Гендерный стереотип эмоциональности в речевом поведении субъекта	123
Шевченко И.С. Ментальный мир и дискурс Викторианской женщины	125

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

Элизабет Шоре

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ИНТЕГРАЦИИ ГЕНДЕРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В УЧЕБНЫЕ ПРОГРАММЫ УНИВЕРСИТЕТОВ

Гендерные исследования, само название которых еще десять лет назад нуждалось в объяснении, за последние годы успешно утвердилось в немецких университетах как самостоятельная специальность.

Этот процесс сопровождался многочисленными проблемами и трудностями, которые были вызваны разными причинами: имманентными для науки как таковой, организаторскими и политическими. Данные проблемы усугубляются еще и тем, что одновременно с внедрением гендерных исследований в университетское обучение – и независимо от этого факта – были начаты серьезные реформы в сфере высшего образования. Эти реформы, получившие название «Болонского процесса», имеют целью переход от обучения на звание магистра или дипломированного специалиста к обучению на звание бакалавра.

В докладе рассматриваются общеполитические условия, а также политика в области науки и образования, сыгравшие определяющую роль в процессе этаблирования гендерных исследований. Обрисовав общее положение высшей школы в Германии, постараемся описать как успехи, так и трудности, с которыми до сих пор сталкиваются женщины и ученые, занимающиеся гендерными исследованиями.

В качестве конкретного примера остановимся на специальности «Гендерные исследования», обучение по которой в настоящее время предлагает Фрайбургский университет. Студенты после обучения здесь получают звание магистра по гендерным исследованиям. В настоящее время ведется подготовка к обучению по этой специальности на звание бакалавра. На примере этого университета обрисуете административные и практические последствия, которые выявились в процессе становления данной специальности. Например, стратегии, позволяющие привлечь профессоров-мужчин к преподаванию данной специальности, или организацию междисциплинарных лекций и т.д. Особое внимание будет уделено сообщению о том, как нам удалось объединить в рамках преподавания этой новой специальности гуманитарные, естественные и технические науки и медицину.

А.В.Кирилина

НЕКОТОРЫЕ ИТОГИ ГЕНДЕРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В РОССИЙСКОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

В докладе обобщаются результаты лингвистических гендерных исследований последних лет, обсуждаются общенаучные и лингвистические принципы исследования гендера, анализируются направления, наметившиеся в отечественном языкознании, а также перспективы дальнейшего научного поиска, в частности, адаптации модели гендера к частнонаучным дисциплинам.

За прошедшее после Первой и Второй конференций время произошел существенный сдвиг в научном освоении обсуждаемой проблематики. Можно констатировать, что период ее первичного освоения завершается.

Благодаря интенсивной научной и научно-организационной деятельности разработаны методологические основы и накоплен опыт исследования гендера при помощи понятийного аппарата лингвистики. Гендер рассматривается как социокультурный конструкт, как конвенциональный феномен и как дискурсивный фактор переменной интенсивности. Эти установки полностью соответствуют современному взгляду на гендерный концепт: сегодня речь идет не о том, как пол влияет на коммуникативное поведение и использование языка, а о том, какими средствами располагает язык для конструирования гендерной идентичности, в каких коммуникативных ситуациях и типах дискурса и с какой интенсивностью совершается конструирование, какие экстра- и интралингвистические факторы воздействуют на этот процесс. Осознание этого поворота влечет за собой изменение фокуса изучения социокультурной специфики пола и обращение к особенностям языковой системы и всему многообразию форм и условий коммуникации.

Междисциплинарный характер гендерных исследований определяет два возможных направления исследований. Так, гендер изучается как нелингвистический объект, и в этом случае язык является средством получения знаний о конструировании социокультурного пола. Другой подход состоит в том, что гендерный параметр вносится в лингвистическое описание, и это расширяет возможности антропоцентрического исследования языка, позволяя выделить в описании метагендерный (общечеловеческий) и гендерный (манифестирующий пол) уровни. В рамках этих направлений разрабатывается широ-

кий подход к гендерным аспектам языка и коммуникации: гендер рассматривается не только как категория социолингвистики и не столько как таковая. Именно такой взгляд позволяет избежать эссенциализма и преодолеть биодетерминистский подход. В сферу исследований входит гендер как культурный феномен, его отражение в языке и конструирование в коммуникативном взаимодействии индивидов. Все это позволяет привлечь к исследованию широкий круг лингвистических вопросов – семантику, прагматику, лингвокультурологию, когнитивную лингвистику, анализ дискурса и т.д. Этнокультурные особенности гендера, их несовпадение, а также последствия этого несовпадения в межкультурной коммуникации также представляют большой интерес для ученых.

Как показывает исследовательский опыт, получение новых данных и продвижение в области методологии гендерных исследований прямо связаны с привлечением к анализу новых языков и культур.

Е.С.Гриценко

ГЕНДЕР В СЕМАНТИКЕ СЛОВА

Как и соответствующий русский термин «род», английское слово *gender* первоначально имело весьма узкую референцию и относилось исключительно к сфере грамматики. С появлением у него нового терминологического значения (социокультурный пол) и с развитием гендерной составляющей гуманитарного знания, стало очевидно, что гендерное измерение актуально для всех уровней языковой системы и гораздо глубже характеризует семантику лексических единиц, пронизывая как денотативное, так и коннотативное значения, и формируя ассоциации, связанные со словом в данном языковом социуме. В исследовании рассмотрены различные аспекты проявления гендера в семантике английского слова с целью показать, как при отсутствии формально-грамматических признаков рода оппозиция мужское/женское пронизывает концептуальную метафорическую структуру языка.

Гендер и проблема метафорического рода. В лишенном грамматического рода английском языке не только одушевленные, но и неодушевленные существительные ассоциируются с мужским и женским началом. Приписывание слову гендерных признаков носит реляционный характер и определяется сравнением двух единиц, что можно считать лингвистическим аргументом в полемике с эссен-

циалистскими концепциями гендера: если бы не было концепта феминности, не было бы и концепта маскулинности, а, следовательно, речь должна идти не о сущностях (*essences*), а о культурно конструируемом *различии*.

Гендер как фактор референциальной вариативности значения. Характерной особенностью английских существительных общего рода, обозначающих статус или профессию, является то, что, теоретически относясь к лицам обоего пола, они, как правило, не используются, когда речь идет *только* о женщинах. Гендерные параметры референции подобных существительных «чувствительны» к адресанту, адресату и предмету речи.

Гендер и оценка. Гендер является фактором, способным детерминировать эмоционально-оценочные коннотации слова. Лексемы, традиционно трактуемые как мелиоративные (сложные слэнгизмы с компонентом – *dish*), могут восприниматься женщинами как уничижительные; а гендерно маркированные дерогаторные номинации (типа *ho, bitch*), оказываются востребованными в положительном смысле, как знак одобрения и солидарности. В обоих случаях имеет место гендерно обусловленная эмоционально-оценочная энантиосемия.

Есть основания говорить о том, что в семантике слов и идиом имеются компоненты, указывающие на то, чей (мужской или женский) опыт/знания/оценки кодируются ими. Таким образом, гендер оказывается значимым параметром процесса номинации.

О.И.Туткова

ФЕМИНИЗМ И ЯЗЫКОВОЙ ИМИДЖ СОЦИУМА

Картина языкового употребления, осознаваемая членами социума в течение длительного времени как константная, позволяет ввести понятие языкового имиджа социума.

Темпоральная составляющая языкового имиджа социума, с одной стороны, и его семиотическая природа, с другой стороны, определяют его формирование и составляют суть описания интересующего нас явления.

Задать границы временного параметра языкового имиджа представляется возможным а) формальным путем, взяв за основу, например, смену столетий. Столь объемный период времени в зависимости от насыщенности социальными изменениями может включать

несколько социально значимых доминант, сменяющих друг друга, или несколько доминант, сосуществующих во времени б) в рамках одной или нескольких сосуществующих доминант, задающих преобладающее употребление соответствующих языковых единиц (ср. *эпоха промышленной революции, эпоха атома, эпоха феминизма/эмансипации и т.п.*). Феминизм представляет собой одну из социально значимых доминант нашего времени, как социальное явление, однако, развивается в различных социумах неодинаково в силу экономических, политических причин, культурных традиций и пр. Так, ценностная составляющая концепта «феминизм» неравнозначна в массовом сознании немцев и русских.

Языковые единицы, формирующие языковой имидж социума в определенных временных границах, социально значимы для большинства членов социума и обладают вследствие этого высокой частотностью употребления. Такие единицы мы называем рекуррентными. Рекуррентные единицы, безусловно, имеют семиотический характер, так как являясь в своем становлении в границах социума актуальными языковыми единицами, они, в отличие от других номинаций (стол, улица, школа и т.п.), постепенно становятся символом своего времени. Некоторые единицы носят вдвойне семиотический характер, являясь символом, с одной стороны, определенного социального явления (*die Neue Frauenbewegung – Emanzipation, Gleichberechtigung*, эмансипация – феминизм, равноправие и т.д.), с другой стороны, символом своего времени.

Процесс «освоения» социального явления массовым сознанием а) базируется на культурно значимых представлениях членов социума в соответствии с картиной мира б) является на сегодняшний день вместе с тем манипулируемым, так как формируется на основе интерпретации социального явления в средствах массовой информации. СМИ обладают возможностью влияния на массовое сознание в виде изменения значимости подаваемой информации и интерпретации социальных явлений. Феминизм как социальное явление и политическая проблема имеет собственный политический дискурс – набор идей и символов, конструирующих (в терминологии У.Гемсона) значение.

СЕКЦИОННЫЕ ДОКЛАДЫ

Е.Л.Алябьева

ФРАНЦУЗСКИЕ ПРЕЦИОЗНИЦЫ XVII ВЕКА В КОНТЕКСТЕ ЭПОХИ

В истории французской культуры и языка XVII века особое место занимает прециозность – сложное социальное и лингвистическое явление, характеризующееся утонченностью межличностных отношений, в том числе и отношений между мужчиной и женщиной.

Центром прециозности выступают светские салоны, в которых первостепенную роль играют женщины: мадам де Рамбуйе, Мадлен де Скюдери, мадам де Лонгвиль, мадам де Сабле и другие. Именно в салонах зарождается прециозность как «благовоспитанный бунт против тирании мужчин» (N.Epton).

Несмотря на гуманистические идеи эпохи Возрождения, положение женщины во Франции XVII века продолжает оставаться бесправным. Особенно это проявляется в институте семьи, который юридически обеспечивает исключительно права супруга. Женщина приравнивается к несовершеннолетнему ребенку и освобождается из-под опеки отца только, чтобы попасть под опеку мужа. Брак рассматривается как коммерческая сделка для укрепления материального и социального положения семьи. Все воспитание девушек из дворянских семей направлено на то, чтобы они покорно принимали навязанное им замужество. Прециозницы выступают против такого положения, уделяя основное внимание не браку, а собственно любовным отношениям между полами. В прециозных романах XVII века разработаны подробные правила поведения влюбленных, которые, однако, не включают период супружества, когда любовь умирает. Любовь для прециозниц – это способ достичь свободы для своего пола и стать равной мужчинам, поскольку галантная любовь подразумевает прежде всего поклонение женщине. Создается множество карт любви и нежности, согласно которым достичь идеальной любви можно только пройдя через преграды и познав все оттенки любовных переживаний.

Такое понимание любви влечет за собой необходимость прививать девушкам умение изысканно вести себя в обществе с тем, чтобы

соответствовать идеалу изящной дамы. Поскольку в XVII веке случаи получения девушками полноценного образования весьма редки, то салоны становятся для прециозниц той школой, где они имеют возможность самообразовываться. Здесь оттачивается мастерство ведения светской беседы, овладение которым подразумевает наличие довольно обширных знаний.

Создание прециозницами правил галантного поведения в обществе и своего метаязыка, понятного только очень узкому кругу посвященных, становится формой защиты от проникновения в их среду представителей чуждых им социальных слоев. Тем самым прециозницы берут на себя функции, изначально присущие мужчинам, а именно – быть защитниками интересов своей социальной группы, что можно рассматривать как подмену гендерных ролей.

А.А.Амеленков

О ГЕНДЕРНОМ ФАКТОРЕ В УЧЕТЕ И АНАЛИЗЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В докладе рассматриваются проблемы применения гендерного подхода в реализации учетно-аналитических стратегий деятельности предприятия. Ставится вопрос о проверке влияния гендерного профиля группы сотрудников, выполняющей учетно-аналитическую задачу деятельности предприятия, на процесс и итог ее выполнения.

При этом предлагается экспериментальное выделение трех категорий гендерного профиля группы: 1) женская – более 80% сотрудников женского пола, 2) мужская – более 80% сотрудников мужского пола, 3) смешанная группа (не относящаяся ни к первой, ни ко второй категориям).

Исследование результатов работы каждой из групп сотрудников позволяет определить приоритетные направления и выработать методологию и технику работы для каждой из групп с учетом гендерного фактора.

А.В.Анищенко

О ГЕНДЕРНЫХ ОСОБЕННОСТЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ЭМОЦИОНАЛЬНЫХ РЕАКЦИЙ

Одной из форм объективации и манифестации эмоций являются междометные единицы (МЕ). Как единственный способ означивания отраженной эмоции без ее названия они представляют собой конвенциональные социальные символы.

С целью определения степени гендерной обусловленности языковых форм объективации эмоциональных реакций, на материале современной австрийской художественной литературы были проанализированы содержащие МЕ эмотивные контексты. При этом речь шла не только об употреблении гендерно релевантных эмотивов, но и о вероятности вербального/невербального появления/проявления, той или иной эмоциональной реакции.

Высокая представленность положительных эмоций (радость), нейтральных (удивление), негативных эмоций (испуг, растерянность, неуверенность, отвращение), а также их преимущественно речевая манифестация, наряду с частым употреблением первичных междометий, не только создают общий эмоциональный тон речевого контекста, но и подчеркивают их участие в создании стереотипа женственности.

Представленность иных положительных и негативных эмоций (превосходство, уверенность, гнев/ярость, возмущение/досада, презрение), сдерживание эмоциональных реакций или их невербальное выражение (вербализация «недостойных мужчины» эмоций может эксплицироваться автором во внутренней речи персонажа), – все это создает нейтральный тон речевого контекста и участвует в создании стереотипа мужественности.

Гендерно релевантными являются наиболее частотные МЕ с компонентом культовой семантики. Единицы с компонентами *Gott*, *Himmel* одинаково употребительны как среди женщин, так и среди мужчин. Компоненты *verdamm*, *verflucht*, *Teufel* чаще встречаются в мужской речи (в том числе и для выражения положительных эмоций) или в женской – при репрезентации наиболее сильных эмоциональных состояний (как правило, во внутренней речи).

Вопреки общепринятым взглядам многочисленных психологов и социологов эмоциональность свойственна как женщинам, так и

мужчинам. Гендерной дифференциация эмоциональной сферы проявляется как на качественном уровне (в преимущественной реализации определенных эмоций), так и формально (в использовании характерных вербальных/невербальных средств их объективации). При этом исследование эмоциональной сферы должно осуществляться с учетом таких социальных параметров, как возраст, социальное положение, ситуация общения.

Е.А.Бабенкова, Н.В.Буренина

ГЕНДЕРНЫЙ АНАЛИЗ ДИСКУРСА ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ ТЕКСТОВ

В последнее время обсуждение проблем гендерного равноправия во всех сферах социальной жизни приобретает публичный характер. Необходимость преодоления дискриминации женщин или мужчин в профессиональной, общественной, политической деятельности ни у кого не вызывает сомнения. Однако проблема гендерной асимметрии в языке знакома пока только узкому кругу специалистов.

В России вопрос о гендерной экспертизе текстов различных жанров и политической корректности речевого поведения, прежде всего в публичной сфере, только еще ставится на повестку дня. Проводятся пробные гендерные экспертизы текстов, вырабатываются рекомендации по соблюдению гендерной симметрии в языке.

С активизацией деятельности по разработке в России законодательной базы для реализации равных прав и равных возможностей женщин и мужчин гендерная грамотность становится одним из необходимых условий профессионализма не только участников общественных движений и журналистов, но и представителей законодательной и исполнительной власти. В связи с этим все большую актуальность приобретает вопрос о гендерной экспертизе законодательных актов, частью которой является лингвистический аспект.

Лингвистический аспект гендерной экспертизы текста направлен на то, чтобы выяснить, не содержит ли данный текст дискриминацию мужчин или женщин, т.е. достаточно ли четко текст и его составные единицы (слова, словосочетания) дают представление о том, о лице какого пола идет речь.

В качестве пробной экспертизы на гендерно корректное лингвистическое содержание текстов был проведен анализ законов, приня-

тых в Республике Мордовия с ноября 1996 года по настоящее время и касающихся социальной и культурной сфер деятельности. Результаты проведенной экспертизы показывают, что тексты анализируемых законов в основном достаточно ясно дают понять, что декларируемые ими льготы, права, обязанности распространяются на лиц обоего пола.

Однако некоторые фрагменты текстов законов, на наш взгляд, нуждаются в коррекции в свете новых представлений о правах женщин и мужчин. Для того чтобы решить, есть ли необходимость в гендерной коррекции того или иного текста, и какая именно лингвистическая замена более приемлема, необходимо выяснить преимущественные ассоциации с конкретным словом, существующие в конкретном речевом сообществе.

И.С.Баженова

КОНВЕНЦИИ ОБОЗНАЧЕНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОСТИ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОЗЕ

1. Эмоциональность, намеренное и непроизвольное выражение эмоций вербальными и невербальными средствами характеризуется тем, что может быть рассмотрена с точки зрения отражения в ней гендерных отношений. Предварительные результаты нашего исследования указывают на то, что в художественном тексте мужчины и женщины изображаются эмоциональными в равной степени.

2. Невербальное поведение женщин отличается от аналогичного поведения мужчин, что доказывают многие исследования отечественных и зарубежных ученых. В результате анализа фактического материала было установлено, что обозначения эмоциональности в художественном тексте представляют собой совокупность социокультурных представлений авторов художественных произведений о конструировании гендера. Автор/повествователь художественного произведения сам определяет, во-первых, какие эмоции следует испытывать мужчинам и женщинам в определенных ситуациях, а, во-вторых, интенсивность и допустимость их проявления, что самым непосредственным образом связано также с эпохой, традициями, социальными ритуалами, традиционным распределением ролей в том или ином языковом обществе. Как показал анализ обозначения эмоцио-

нальности, мужественность и женственность являются культурно и исторически обусловленными концептами.

3. В художественном тексте при описании эмоционального состояния мужчин и женщин авторами часто используются разные обозначения эмоций при описании одного и того же эмоционального состояния. Мужчины в художественном тексте чаще описываются в эмоциональном состоянии гнева, презрения, а женщины – в ЭС смущения, страха. Обозначения эмоциональности в художественных произведениях выражают больше покорности, слабости, зависимости женщин и настойчивость, в некоторой степени агрессивность, силу, волю мужчин, что способствует поддержанию гендерных стереотипов.

4. В то же время обозначения эмоциональности самым непосредственным образом связаны не только с эстетической функцией художественной прозы, но и с эстетическим идеалом страны и эпохи.

5. В отдельных случаях автор художественного произведения, прибегая к переносу оценочных признаков, стереотипно приписываемых женщине, пытается передать свою отрицательную оценку к описываемому герою, что самым непосредственным образом связано с прагматическим потенциалом языковой единицы.

Г.В.Барышникова

ДИАХРОНИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ГЕНДЕРНОЙ НОМИНАЦИИ ОЦЕНКИ

Предмет нашего исследования – сопоставление языковых средств выражения эмотивности мужчинами и женщинами во французском языке на материале французской литературы XVII–XX веков.

По данным исследования, на протяжении всех четырех веков французские мужчины по-прежнему оценивают женщину с «внешней стороны» и ценят в ней красоту, очарование, нежность, доброту, кокетство, соблазнительность и ум, т.е. практически все те качества, которые четко соответствуют гендерным стереотипам, закрепленным за женщиной во французском обществе. В литературе XVII и XVIII веков нами зафиксировано еще одно качество, положительно оцениваемое мужчинами, – женская невинность, которая в современной литературе нигде не фиксируется. К негативным качествам, находящим свое подтверждение в художественных произведениях всех четырех веков, они относят ее глупость, лицемерие, хитрость, коварство и злость.

При выражении женской оценки в адрес мужчин за время анализируемого нами диахронического отрезка замечена следующая тенденция: с XVII по XX век женщины с периодичной повторяемостью отмечают с положительной стороны одни и те же качества: его внешний вид, телосложение, ум, нежность, великодушие, честность и благородство, т.е. оценочный портрет мужчины в женском вербальном поведении остался неизменным несмотря на довольно длительный временной отрезок. Реализуя негативную оценку, женская речь обнаруживает заметное количество эмотивно-оценочной лексики, адресованной мужчинам, чаще подчеркивая его негативные качества в манере поведения и речи, такие, как безрассудство, слабоумие, грубость, жестокость, бесчувственность, эгоизм, ветреность (непостоянство в отношениях). Нами замечено, что начиная с XVIII века в каждом из прочитанных нами произведений женщины отмечают также мужскую подлость. Еще одной чертой, характерной при отрицательной оценке лиц противоположного пола, является использование женщинами грубых слов, инвективной лексики (*salaud, idiot, animal, faquin*) что, безусловно, является ярким свидетельством интенсивного переживания говорящим определенной эмоции.

Таким образом, реализация оценочного признака гендерной языковой личностью в диахроническом плане во французском языке имеет свои языковые и стереотипные особенности.

В докладе будут рассмотрены, кроме того, одногендерные оценочные характеристики.

Е.Г.Борисова

УПОТРЕБЛЕНИЕ МЕЖДОМЕТИЙ В РЕЧИ ЖЕНЩИН И МУЖЧИН

Междометия в речи используются как средства выражения значений, связанных с эмоциональной реакцией человека (мы не рассматриваем здесь звукоподражания). Это могут быть непосредственные выразители эмоций (*Ой, больно; Ах! Я испугалась* и т.п.), средства для выражения связанных с эмоциями речевых реакций (*Э* – для возражения, *а* – узнавание, *о* – учтливое одобрение), а также в сочетаниях для выражения модальных значений: *Эх, ты* (укор), *Ах, его обидели* (ироническое возмущение) и т.п.

Для выражения одной и той же эмоции используются разные междометия, при этом получаются не вполне синонимичные высказывания, ср. *Ах, я устала! Ой, я устала, Ох, я устала!, Эх, я устал!* Нюансы значения возникают за счет общего значения каждого из междометий. Поэтому использование различных единиц для выражения одной и той же эмоции можно рассматривать как преломление этой эмоции через призму общего значения, которое заключается в обобщенном представлении аффективного переживания. Например, междометие *ох* имеет общее значение, связанное с ощущением тяжести, и частные значения скорби, сожаления, восторга получают как следствие его развития.

Возможность использовать разные средства для выражения одних и тех же эмоций – удивления, восторга, страха, радости, скорби – дает возможность человеку выбирать те междометия, которые, с его точки зрения, дают лучший способ выразить эти чувства. При этом, помимо ситуативных и личностных предпочтений можно отметить выбор, характерный для демосоциальной группы – для людей разных возрастов и пола.

Нами были проанализированы литературные тексты XIX–XX веков, передающие прямую речь персонажей, и отмечены употребления междометий мужчинами и женщинами. Можно отметить, что некоторые первообразные междометия мало характерны для речи женщин. В частности, нам не встретились употребления женскими персонажами междометий *эх, ух*. (Вывод, естественно, не абсолютный, а статистический).

Можно предположить, что для женщин (по крайней мере, как и представляют авторы – и женщины, и мужчины) не свойственно представление своих эмоций через призму безнадежного сожаления (*эх*), захватывающего дух переживаний (*ух*).

О.В.Бородина, О.А.Варданян

ГЕНДЕРНЫЕ КОЛЛИЗИИ В ТВОРЧЕСТВЕ ВЛАДИСЛАВА ХОДАСЕВИЧА

Владислав Фелицианович Ходасевич (**ВХ**) (1886–1939) – один из ярких представителей русского Серебряного века, создатель многих поэтических произведений и переводов, а также статей о литературе, мемуаров. Несмотря на свою принадлежность к плеяде литераторов указанного направления, **ВХ** нередко выражал свое критическое

отношение к их художественным ценностям и принципам. Творчество самого **ВХ** характеризуется одновременно тонким лиризмом и гражданственностью – двумя непреложными признаками гендерных – мужского и женского – начал в искусстве.

Создавая произведения, автор осмысливает их развитие как во внутренних рамках, так и вовне, продолжая какую-либо линию в других своих вещах. Эта преемственность наиболее четко прослеживается в масштабах циклов стихов и книг, укомплектованных самими автором. У **ВХ** подобные метаобразы организованы на основе единого межстихового дискурсного пространства. Аналогичны векторы направленного развития атрибутов поэтики у **ВХ** и в его непоэтических произведениях. Поэтому концепты и категории, которыми мыслит поэт и прозаик, критик и мемуарист **ВХ**, очень динамичны – они выстраиваются в систему трансформаций, содержащих также характеристики. В ряде случаев эти характеристики становятся доминирующими и определяют всю иерархию образов и их отношений.

Значительный интерес в творчестве **ВХ** представляет также материал, основанный на реминисценциях русских и переводных произведений других поэтов, современных и предшествовавших ему. Здесь гендерные коллизии являются итогом своеобразного коллективного творчества и осмысления гендерных статусов стержневых концептов. В ряде случаев такие реминисценции основываются именно на изменении гендерного фактора и расстановке новых коллизийных акцентов.

Известно, что деятели Серебряного века считали одним из своих фундаментальных принципов объединение собственной жизни, биографии с творчеством. Это означало стремление не только отразить в произведениях факты своей жизни и пережитые чувства, но и наоборот – проживать жизнь как театр, как созданный в творчестве мир. **ВХ** был одним из последовательных приверженцев этого принципа. Для исследователя это означает, что многие из гендерных коллизий в его произведениях восходят к конкретным жизненным ситуациям и событиям, а модели реального мироощущения и поведения Ходасевича находят свои праформы, эталоны и параллели во внутреннем мире произведений. В случаях, когда удастся с достаточной достоверностью проследить такие связи, гендерные коллизии становятся одним из мотивирующих механизмов психологии творчества – процесса и результата создания как произведений, так и самой жизни *Человека амбивалентного*.

Р.Е.Бумагин

КОНСТРУКТИВИСТСКИЙ КОНСТРУКТИВИЗМ В ГЕНДЕРОЛОГИИ: АКСИОМЫ

Наверное, ни одно другое направление гендерных исследований не поднимает проблему онтологического статуса гендера в той степени, в какой это делает лингвистическая гендерология. Возможно, так происходит потому, что исследования речевого поведения – выделяемой как дань структуралистской дихотомии «parole-langue» производной базовой проблемы «Гендер-язык» – имеют дело с «релятивизацией» гендера: гендер начинает восприниматься как отчасти относительная переменная, модифицируемая полом собеседника. Вопрос о критериях, по которым в эссенциалистских исследованиях осуществляется навешивание на биологически диморфный человеческий материал бирок: «социальный мужчина/женщина» в лучшем случае возвращает нас к средневековым спорам об универсалиях. Но пол, будучи комплементарной сущностью, неизбежно ставит вопрос о своей абсолютности: играет ли роль фактор пола, если пол только один (у вида)? Нет – по определению. А если он один в рамках данного социального контекста?

Получается, что гендер (= багаж релятивизированных биологическому полу смыслов) актуализируется в определенных контекстах. Так, можно предположить, что при общении двух людей одного пола на первый план выступают другие статусы: профессия, возраст, позиция в социальной иерархии. Как известно, последние реконцептуализации гендера предполагают именно такой подход: гендер перестает рассматриваться как состоящий из двух бинарных оппозиций; озвучен переход к тезису о «взаимозависимых конструктах в диалектическом взаимодействии». Растет число тех, кто считает, что гендер – это то, что мы делаем, а не то, что мы есть и что весьма распространены ситуации и контексты, когда пол нерелевантен для общения. Предлагается учитывать фактор «гендерной нейтральности». Допущение о том, что в зависимости от контекста на первый план могут выходить другие характеристики личности, как то: образование, доход, также лежит в русле данного подхода.

Итак, гендер проявляется в социальных контекстах/ситуациях общения/пресуппозициях. Это совсем иная исследовательская установка, нежели попытка найти контексты, где гендерно-связанное речение может/не может варьировать. Здесь ситуация общения

конституирует гендерные статусы коммуникантов. И в тот самый момент, когда мы приходим к идее зависимости гендера от ситуации общения, человек становится в этой модели лишней переменной. Возникающие тексты можно поставить в прямую зависимость от ситуации общения, а люди нужны только для того, чтобы эти тексты озвучивать.

Единственный априори предполагаемый элемент таких конститутивных контекстов – ориентация на (противоположный?) пол собеседника. Вторым различием, которое могло бы способствовать нахождению максимально возможного числа пресуппозиций для их последующей классификации, способность коммуникантов без труда угадывать пол (гендер?) друг друга. (Кроме тех, для кого перманентность пола проблематизирована, а таких абсолютное меньшинство).

О.А.Варданян

К ВОПРОСУ О ГЕНДЕРНОЙ ПРИРОДЕ ПОЭТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Изучение поэтических произведений с точки зрения их дискурсивной основы позволяет выявить в них наличие гендерных феноменов – как объективно существующих реалий, обусловленных лингвистикой текста, так и паралингвистических гендерных единиц, возникающих в результате персонификации и героизации внутренних субъект/объектов конкретного произведения. Каждое поэтическое произведение, в особенности, малая форма, представляет собой автономный поэтический мир (ПМ) со своим хронотопом, а также парадигмой связей и отношений между помещенными в этот мир объектами. Восприятие ПМ читателем строится на сознательном и/или подсознательном охвате всевозможных категориальных функций текстообразующих единиц, в том числе, гендерных. Поскольку в природе языка существуют гендерные типы, а в поэтике, наряду с ними, – еще и гендерные коллизии, то они в поэтическом тексте вступают в многообразные отношения, как автономно, так и интегрированно. При первом приближении к проблеме их классификации могут быть названы следующие формы проявления гендера в ПМ:

1. Если грамматико-синтаксический строй языка содержит явления гендера, то они могут проявляться эксплицитно, вне зависимости от намерений и воли автора.

2. В случае отсутствия в языке категорий гендера, они компенсируются в тексте за счет актуализированной темы и гендерных номинаций, предикаций, атрибуций и локаций (н/р, *Он – Она, полюбил – пожертвовала, мужественный – прекрасная, в Раю – во мраке*).

3. Гендероформирующие признаки могут быть обнаружены и на глубинном, «квантовом» уровне, как это выявляется при фоно-семантическом анализе поэтического текста.

В зависимости от качественно-количественных показателей ПМ могут принимать те или иные доминантные гендерные признаки, влияющие на их восприятие – поэтическое и логико-когнитивное.

ПМ испытывают значительные трансформации при художественном переводе текстов. При этом возможны субъективные отклонения от гендерных показателей оригинального текста в тексте переводном, что вызвано соответствующим подходом переводчика к гендерной фактуре материала. Однако с помощью такого анализа можно получить данные и о гендерных универсалиях, гомогенно проявляющихся в различных языках и поэтиках.

Приведенные теоретические обобщения сделаны нами на материале анализа поэтических текстов финского автора Эйно Лейно (Eino Leino, 1878–1926), чьи стихотворения переведены на различные языки в разное время, причем, на русский язык – многократно. Это позволяет проследить гендерную природу ПМ во всех переводных текстах, выявить их типологию, закономерности функционирования и соотносимость с категориями дискурса.

О.А.Васькова

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ГЕНДЕРА ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ СЛОВАРЯХ

В докладе рассматривается один из наименее изученных вопросов лингвистических гендерных исследований – лексикографическое представление гендера.

Процессы межкультурной коммуникации обусловили становление антропологической и культурологической тенденций в современной лексикографии. Разные типы словарей при лексикографической разработке языковых единиц включают в словарные статьи культурологические пометы, дающие более полное представление о культурных концептах, реалиях, закрепленных за тем или иным языковым знаком.

Представляется, что словари должны четко фиксировать и гендерно значимую информацию. Под гендерно значимой информацией мы подразумеваем данные, закрепленные в языке, позволяющие определить те или иные гендерные отношения и стереотипы лингвокультурной общности – все то, что касается социокультурного статуса мужчин и женщин. Однако проблема лексикографического представления гендера находится лишь на начальной стадии освоения.

Методологическая основа лексикографического анализа в гендерных исследованиях изложена в работах М.С.Колесниковой¹. Одним из важнейших вопросов, по мнению автора, является «квалификация» анализируемого словаря, т.е. соответствие определенным требованиям, обеспечивающих «объективность и достоверность исследования». Подобная характеристика позволяет дифференцированно подходить к полученным результатам. Таким образом, при выборе лексикографического издания предлагается учитывать следующие критерии: тип и объем словаря, объективность словаря, его хронологическая характеристика.

Анализ лексикографических изданий может дать ответы на некоторые вопросы, решаемые в рамках лингвистической гендерологии, а именно:

1. Какими языковыми средствами конструируется гендер?

2. «Какие ограничения накладывает гендерный фактор на употребление языковых единиц; как эти ограничения фиксируются..? Как меняется описание семантики в связи с получением новых данных?»²

Второй вопрос наименее разработан и представлен лишь единичными трудами, среди которых исследования Э.Пириайнен, А.А.Попова, М.С.Колесниковой. Очевидно, что его разработанность влияет на достоверность результатов исследований первого направления. Решение названной проблемы тесно связано с представлением гендерного аспекта языка в лексикографии.

¹ Колесникова М.С. Методологические проблемы лексикографического анализа в гендерных исследованиях // Гендер: язык, культура, коммуникация: Доклады Второй международной конференции (Москва, 22–23 ноября 2001). – М., 2001. – С.207–214.

² Кирилина А.В. Возможности гендерного подхода в антропоориентированном изучении языка и коммуникации // Кавказоведение. – 2002. – № 2. – М., 2002. – С.138.

Фразеологические словари широко используются как источник данных для описания гендерных концептов и стереотипов, однако проблема лексикографической фиксации гендерно значимой информации также почти не обсуждалась в научной литературе.

Так А.А.Попов, исследуя Словарь усилительных словосочетаний русского и английского языка, основное внимание уделяет изучению лексикографической фиксации ограничений, накладываемых на употребление ФЕ в связи с типом референции и адресата/адресанта высказывания¹. Было обнаружено, что некоторые словосочетания имеют гендерные пометы предписывающего характера с указанием на пол возможного референта (например, о муж., о жен.). Однако, степень ограничения, накладываемого на употребление этих ФЕ, не всегда является жесткой, и рестрикционные правила могут быть нарушены, что иногда приводит к изменению смысла ФЕ. Результаты данного исследования ставят вопрос о необходимости рассмотрения проблемы референции, а также проблемы верификации помет.

Э.Пиирайнен² одна из первых исследовала фразеологические словари немецкого языка с позиции гендерного подхода и выделила три группы недостатков маркировки гендерных характеристик ФЕ:

1. Полное отсутствие гендерных маркеров в словарной статье.
2. Неадекватные стилистические пометы (т.е. не содержащие необходимой достаточной оценочно-стилистической маркировки).
3. Искусственный характер примеров, иллюстрирующих некоторые фразеологизмы.

Исследования А.А.Попова и Э.Пиирайнен позволяют предположить, что неразработанность принципов лексикографического представления гендера может обнаружиться и на материале других языков. Мы исследовали фразеологические словари английского языка с целью определить полноту и адекватность описания гендерно маркированных ФЕ.

Наше исследование¹ обнаружило, что описание гендерно значимой информации в английских словарях также имеет произвольный характер и в некоторых случаях является неадекватным:

¹ Попов А.А. К проблеме отражения гендерного аспекта в лексикографии // Гендерный фактор в языке и коммуникации. – М., 1999. – С.89–92.

² Piirainen E. Geschlechtsspezifität in der deutschen Phraseologie // Das Wort. Germanistisches Jahrbuch 1999. – М., 1999. – S.97–122.

1. В одной и той же словарной статье даются взаимоисключающие гендерные пометы.

2. Разные словари дают противоречивые комментарии к одним и тем же ФЕ.

3. Исследуемые словари дают разные оценочно-стилистические пометы к одним и тем же ФЕ.

Таким образом, рассмотренные выше недостатки лексикографической разработки ФЕ указывают на необходимость разработки принципов фиксации и кодификации гендерно значимой информации, включенную в структуру и семантику ФЕ, и на материале английского языка.

С.В.Васюкова

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОСЛАНИЙ В ГАЗЕТЕ

Послания на газетной полосе «... Чтоб не пропасть по одиночке» представляют собой один из типов фатического общения. Общение через рубрику в газете – это дистантное отсроченное общение, обязательным условием которого является наличие псевдонима. Основные темы посланий – любовь, дружба, одиночество, смысл жизни. Послания имеют достаточно фиксированную структуру: стихотворная часть плюс сообщение через постскриптум. Это изначально кооперативный тип общения, направленный на создание, поддержание и улучшение межличностных отношений.

Основная интенция коммуникантов (поддержание контакта), их возраст (подростки), темы общения (любовь, дружба) определяют доминирующую роль гендера как социолингвистической категории в данном типе дискурса. Существенную роль в конструировании гендерной идентичности играют псевдоним посланника, выбор темы сообщения, способ подачи информации (выбор речевого акта), а грамматические показатели категории рода в русском языке способствуют акцентуации гендерной идентичности коммуникантов.

¹ Васюкова О.А. Описание гендерно маркированных фразеологических единиц в учебных словарях // Гендерное образование в системе высшей и средней школы: состояние и перспективы: Материалы международной научно-практической конференции, Иваново, 24–25 июня 2003 г. – Иваново: Ивановский гос.ун-т, 2003. – С.141–145.

Гендерные различия в общении на страницах газеты в рубрике «Посланческая тусовка» проявляют себя в стремлении мужчин поддерживать неинформативный, непрямой тип общения. Понимание высказывания при непрямой коммуникации включает смыслы, не содержащиеся в собственно высказывании, и требуют дополнительных интерпретативных усилий со стороны адресата (Дементьев, 2000).

Женщины, в целом принимая правила языковой игры, стремятся к большей экспликации своих коммуникативных намерений. Цели облегчить интерпретацию послания служат синтаксические конструкции в конце стихотворного послания, призывы, вопросы, просьбы. Характерной чертой женских посланий являются речевые акты, эксплицирующие цель фатического общения: «Давайте общаться, а то мне так одиноко». В своих посланиях женщины стремятся перейти от фатической коммуникации к коммуникации информативной, направленной на диалог с конкретным человеком по конкретным вопросам.

Значительное место в посланиях женщин занимают прямые просьбы (принять в «тусовку», дать совет, высказать критику, продолжить общение). Просьбы в женских посланиях представлены, как правило, многокомпонентными речевыми актами, содержащими помимо просьбы ее обоснование (жалобы), комплименты, пожелания, благодарность посланникам и фатические высказывания, направленные на продолжение общения.

Ю.В.Вишнякова

ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ СЛАВЯНСКОЙ МИФОЛОГИИ В КОНТЕКСТЕ МИФОЛОГИЧЕСКИХ ЭНЦИКЛОПЕДИЧЕСКИХ СЛОВАРЕЙ

Миф является исторически первой формой культуры, а также измерением духовной жизни человека, сохраняющимся и тогда, когда миф утрачивает свое абсолютное господство. Всеобщая сущность мифа состоит в том, что он представляет собой бессознательное смысловое породнение человека с силами непосредственного бытия, будь то бытие природы или общества. В мифологии определенным образом объясняются природное предназначение женщин и мужчин, их роли в обществе, подходящие тому или иному полу стереотипы поведения – т.е. интерпретируются концепты мужественности и женственности. В центре внимания данной работы – гендерно значимые аспекты и их отражение в словарях славянской мифологии.

В мифологическом словаре женщина предстает в разных ипостасях: древнего языческого божества Мокоши, в дальнейшем превратившегося в Параскеву Пятницу, матери сырой земли, Богородицы, в образе различных духов и демонов – русалки, кикиморы, обдерихи, полудницы, ведьмы; демоны болезней и смерти также зачастую имеют женский облик. Существенно различие мужских и женских мифологических персонажей по функциям, значимости и количеству: малочисленность женских персонажей в пантеоне, соотношения типа Див – дивы, Род – рожаницы.

Женские мифологические персонажи имеют ряд общих признаков. Практически все они, в большей или меньшей степени, связаны со стихиями воды и земли, рождением, браком, смертью, а также различными видами рукоделия, особенно прядением.

Мифологические существа, явления описываются в справочниках как отражающие фрагменты мира, соотносимые с мужчинами и женщинами, их поведением, связанные с ними ценностями и ожиданиями. Например, женское божество Мокошь «покровительствует всем женским занятиям, в особенности прядению». Представления о связи русалки с прядением сближают этот персонаж с Мокошью и ее поздней «заместительницей» Параскевой Пятницей. Бог Перун в славянской традиции связывался с традиционно мужским занятием – военным ремеслом и соответственно считался покровителем военной дружины и ее предводителя.

Мифологические словари воспроизводят традиционное разделение ролей между женщинами и мужчинами: приготовление пищи, стирка, прядение, уход за детьми, их воспитание являются традиционно женскими обязанностями. Однозначно мужскими сферами жизни являются война, охота, рыболовство. Менее дифференцированными оказываются занятия земледелием и скотоводством, поскольку в них оказываются задействованными как женщины, так и мужчины.

Миф – идеальная модель мироздания, служащая основой реального поведения людей, в том числе и гендерно специфического. Миф в некотором смысле вечен, так как мифологическое измерение присутствует в каждой культуре, а мифологические образы и стереотипы укоренены в бессознательных основах человеческой души в виде универсальных архетипов.

Н.Н.Галунова

СВОБОДНЫЙ АССОЦИАТИВНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ
КАК МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ ГЕНДЕРНЫХ РАЗЛИЧИЙ
В РАННЕМ ОНТОГЕНЕЗЕ (НА БАЗЕ УКРАИНСКОГО ЯЗЫКА)

Один из наиболее эффективных, апробированных и часто используемых методов изучения детской речи является метод свободных ассоциаций, который рассматривают как некую интегративную психолингвистическую модель анализа данных, позволяющую описать и исследовать образы группового языкового сознания, функционирующие в интракультурной среде (Гарганеева, 2002; Горошко, 2003). Отметим, что человеческое сознание не может быть полностью гетерогенным образованием, и наряду, например, с национальной принадлежностью его системообразующими факторами являются и пол, и возрастная, и социально-профессиональная принадлежность человека (Горошко, 2003).

В процессе исследования гендерных различий на базе украинского языка возникает ряд трудностей, которые, с нашей точки зрения, требуют детального рассмотрения. Во-первых, это практически полное отсутствие (в отличие, например, от русского языка) исследований онтогенеза ассоциативных связей на украинском материале. Во-вторых, возникают психолингвистические проблемы, связанные непосредственно со становлением украинского языка как государственного в рамках еще сравнительно молодого государства. В-третьих, можно выделить проблему неоднородности языка, связанную с историческим формированием украинского языка в условиях разных государств, а также с фактом влияния языков тех стран, с которыми граничит современная Украина.

Нами был проведен сравнительный анализ ассоциативных реакций детей на материале украинского и русского языков. Материалом для исследования в ситуации русского языка послужили опубликованные результаты экспериментов Э.И.Салиховой, Н.И.Бересневой и Т.В.Соколовой (Салихова, 1999; Береснева, 1997; Соколова, 1999), в ситуации украинского языка – эксперименты, проведенные автором. Анализ работ на базе русского языка позволил автору сделать вывод о том, что гендерные различия в ассоциативном мышлении, столь очевидные уже в школьном возрасте, зарождаются гораздо раньше. Таким образом, влияние гендерного фактора на формирование внутреннего лексикона ребенка и на его ассоциативный механизм прояв-

ляется на начальных стадиях формирования его индивидуального сознания и в последствии может оказать значительное воздействие на «гендерные» особенности функционирования языкового сознания индивида (Галунова, 2003). Сравнительный анализ показал аналогичные различия мальчиков и девочек на базе двух языков, однако была выявлена и украинская специфика.

М.Д.Городникова

ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ ДЕТЕКТИВА В КОНТЕКСТЕ
МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

В докладе рассматривается актуализация концептов женственности и мужественности, а также конструирование гендерной идентичности в дискурсивных практиках массовой культуры. С позиций культурологии и герменевтики исследуется один из жанров развлекательной литературы – детектив. – Массовую культуру относят к одному из проявлений информационного общества, она транслирует культурные смыслы от специализированной, элитарной культуры к обыденной. Одним из феноменов массовой культуры считается развлекательность, связанная с «преднамеренной редукцией сложных смыслов». – Детектив охватывает разные виды литературных нарративов, сюжетно объединяемых наличием криминального происшествия, тайну которого надлежит раскрыть. Этот инвариант имеет множество вариантов: от «аналитических» и «интуитивных» до «черных» детективов (Hortorkrimi, нем), семейных историй с криминальным налетом, шпионских детективов. – Объединяемые «формульным» характером повествования, детективы издаются на коммерческой основе, часто сериями, в виде книжек в мягких обложках и высокими тиражами поступают на рынок, подобно другим продуктам массовой культуры, стремясь к коммерческому успеху («индустрия культуры»). – Персонажи детективов могут соответствовать гендерным стереотипам или отклоняться от них в плане дальнейшей социализации или асоциальности. При создании образов женщин – матери, домохозяйки, сексуального объекта и т.д. – и образов мужчин – владельца, профессионала, сексуального субъекта и т.д. – воспроизводятся традиционные гендерные стереотипы и патриархатные отношения доминирования мужчин, неравенство статусов. – При изображении деловых людей, специалистов, женщин и мужчин, отношения

становятся симметричными, гендерный аспект как бы нейтрализуется, наступает статусное равенство, а в редких случаях и доминирование женщины. Но и при этом возможны патриархатные властные отношения, особенно это касается бытовой и интимной сфер. – С изображением асоциальных элементов общества и людей с психофизическими отклонениями связаны сдвиги в гендерной идентичности или полный отказ от нее вплоть до создания образов «ненатуралов» и бесполой персонажей. – Параметры отмеченных моделей могут сочетаться и пересекаться, символически передавая подвижность границ в дихотомии мужское – женское, при относительной стабильности традиционных гендерных стереотипов мужественности и женственности. Это становится одной из причин притягательности детективной литературы, изображающей культуру и субкультуру большого города, увлекающей интеллектуальной игрой – раскрытием причин и мотивов поступков и действий своих персонажей, знакомя читателя с новыми «версиями жизни» и моделями поведения.

Е.И.Горошко

К ВОПРОСУ О СООТНОШЕНИИ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ И КАЧЕСТВЕННЫХ МЕТОДОВ АНАЛИЗА ДАННЫХ В ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ГЕНДЕРОЛОГИИ

Предметом внимания станет квантитативный аспект проблемы изучения гендерных особенностей языка и коммуникации. В последнее время в отечественной лингвистике наблюдается негативная тенденция пренебрежения количественными методиками анализа данных и статистической проверкой выдвигаемых гипотез (Горошко, 2001), что ставит под сомнение некоторые положения и выводы лингвистической гендерологии в целом (см. также Kottgoff, 2001), как нового направления в отечественном языкознании, претендующего (и по праву) на статус новой лингвистической дисциплины.

Анализ работ в области собственно гендерной теории показал, что на данный момент наблюдается явное превалирование качественной методологии, в силу, по всей видимости, того, что она позволяет «обнаруживать гендерные смещения в исследованиях любых направлений гуманитарного знания и показывать слабые места позитивизма в изучении социума» (Мальшева, 2001). Однако, на наш

взгляд, в ряде случаев любые качественные выводы и гипотезы, должны подкрепляться определенной статистической проверкой и количественной обработкой получаемых данных.

При этом особо следует оговорить тот факт, что в лингвистике не существует столь четкого противостояния между качественными и количественными методами анализа данных, и, по мнению А.В.Кирилиной, «понятие качественного и количественного анализа в социологии и теории коммуникации не вполне совпадает» (Кирилина 2002,) с лингвистическим. Это также следует учитывать при разработке методологических основ лингвистической гендерологии как лингвистической дисциплины.

На примере статистического анализа первых по частоте мужских и женских реакций из компьютерного русского ассоциативного тезауруса (Черкасова, 2003) будет смоделирована картина особенностей языкового сознания усредненного носителя русского языка на основе ассоциативно-вербальной сети (Караулов, 1999) в связи с его гендерной компонентой и показаны возможности количественной методологии анализа данных.

Заметим также, что исследования с использованием количественной методологии «носят» наиболее прикладной характер. На их основе возникло наибольшее количество методик, связанных с исследованием речи в экспертном плане (судебная автороведческая классификационная экспертиза установления пола автора текста и фоноскопическая экспертизы речи) (Горошко, 2003), а также методик формирования и изучения вторичной языковой личности (Халеева, 2001). Это способствует «переводу» гендерных исследований отчасти в более практическую сферу, и еще раз подчеркивает их актуальность и полезность.

А.А.Григорян

ДИСКУРС И ГЕНДЕР

В исследованиях по гендерной лингвистике в последнее время произошел поворот к дискурсу, и изучение взаимодействия языка и гендера, в определенной степени, стало синонимичным изучению дискурса и гендера. Сказанное ни в коей мере не означает снижения значимости для гендерной лингвистики таких типов анализа как грамматический, фонологический, лексический и т.д. Вместе с тем,

междисциплинарное исследование явлений дискурсного порядка, заняло центральное место в исследованиях взаимодействия языка и гендера. Представляется, поэтому, не случайным появление большого количества исследований, посвященных вопросам дискурса и гендера (Tannen, 1994; Wodak, 1997; Cheshire, Trudgill, 1998; Christie, 2001; Weatherall, 2002). Первые три книги из этого списка имеют общее название: "Gender and Discourse". Кроме того, существует огромное количество других публикаций (книг, диссертаций, статей), изучающих взаимодействие дискурса и гендера с различных позиций. Столь большое и разнообразное количество публикаций делает затруднительной любую попытку всеобъемлющего их обзора.

Дело осложняется тем, что в науке сегодня не существует четко определенного подхода к дискурсу, который можно было бы назвать гендерным дискурсным анализом; более того, не все подходы к дискурсу являются по сути своей гендерными точно так же, как не существует одного общего направления в гендерных исследованиях, которого бы придерживались все ученые, работающие в данной области. Мы попытаемся описать в общих чертах некоторые из различных форм, которые может принимать дискурсный анализ, и то, как эти формы могут быть использованы в изучении гендера.

Подходы к дискурсивному анализу, рассматриваемые нами, опираются на четыре различных, однако часто взаимосвязанных исследовательские традиции: 1) антропологическую, фокусирующую внимание на вопросах, связанных с культурой; 2) социологическую, подчеркивающую общественный характер дискурса; 3) критическую, концентрирующуюся на изучение текста; 4) антрополого-историческую, рассматривающую исторические проекции дискурса (Bucholtz 2003: 44). В дальнейшем мы сосредоточимся на рассмотрении каждого из этих подходов, на анализе из положительных и отрицательных сторон.

Поскольку применение любого дискурсно-аналитического подхода к изучению гендера неизбежно приводит к возникновению теоретических предположений относительно дискурса, власти и идентичности личности человека, мы также коснемся того, каким именно образом определенные теории дискурса связаны с соответствующими гендерными теориями.

Л.И.Гришаева

ДИСКУРСИВНЫЙ ФАКТОР «ГЕНДЕР» И ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИИ В ТЕКСТЕ

1. Специальные текстограмматические исследования, выполненные с привлечением психолингвистически ориентированных методик, выявляют довольно устойчивую зависимость семантической и синтаксической структуры текста от психотипа адресанта (к примеру, выбор типа текста, предпочтение того или иного языкового средства при реализации адресантом своей интенции и т.д.). В культурной антропологии, теории межкультурной коммуникации, грамматике текста и некоторых других теориях известно о имеющихся различиях в текстовой структуре, вызванных культурной спецификой (прежде всего способ выстраивания аргументации, характер аргумента, дедуктивная и/или индуктивная подача информации, достаточно явно выраженные предпочтения при выборе типа текста в одних и тех же дискурсивных условиях, способ и характер иллюстрирования доказываемых положений, выбор точки зрения на ситуацию при ее именовании и т.п.). Дискурсивно ориентированные, а также социоллингвистические исследования свидетельствуют в том числе о принципиальной возможности по результату дискурсивной деятельности (=тексту) реконструировать с той или иной степенью достоверности дискурсивные условия, в которых имела место интеракция. Данные такого рода побуждают специально исследовать текст как продукт дискурсивной деятельности с позиции и лингвистической гендерологии, интерпретируя гендер как дискурсивный фактор, оказывающий определенное влияние в конкретных интеракциях на номинативные и дискурсивные стратегии коммуникантов.

2. Стремление верифицировать гипотезу о принципиальной возможности по тексту определить гендерную идентификацию коммуникантов нуждается в разработке специальных методик, учитывающих не только и не столько средства выражения ряда грамматических категорий (например, личные и притяжательные местоимения, категория грамматического рода и др.), референцию гендерно не маркированных единиц к референтам с однозначной гендерной характеристикой и т.п., сколько (1) иерархию дискурсивных факторов, (2) сферу их применения, (3) их «функциональную нагруженность», (4) их вероятную специализацию на тип дискурса/

тип интеракции, (5) сложность взаимодействия универсальных и идиокультурных, общих антропологических и гендерно специфических закономерностей и факторов, а также других параметров, включение которых в анализ или пренебрежение которыми может существенным образом предопределить результат исследования и финальные выводы.

3. Поскольку, несмотря на существование очевидных индивидуальных предпочтений при выборе языковых средств, представители одной лингвокультуры используют ресурсы одного вербального кода, наиболее целесообразным и адекватным задуманному исследованию представляется изучение прежде всего номинативных и дискурсивных стратегий, которыми располагает языковая личность в конкретной лингвокультуре, с точки зрения вероятной причинной зависимости названных стратегий от дискурсивных условий. Далее логично провести анализ полученных таким образом обобщений с последовательным исключением теоретически возможного влияния того или иного дискурсивного фактора на результат речемыслительной деятельности коммуникантов до тех пор, пока не станет очевидной сфера и степень воздействия дискурсивного фактора «гендер» на организацию текста, на выбор средств выражения грамматических значений, на предпочтения при выборе средств именования предметов/лиц/процессов/ свойств/признаков/ситуаций и т.д. Материалом, наиболее приемлемым и максимально соответствующим сущности коммуникации как феномена и природе языка как средства общения и средства и способа познания внеязыковой действительности, для описанного исследования – особенно на начальном его этапе – следовало бы, по всей видимости, признать **метагендерные** единицы различного уровня и разной природы.

И.А.Гусейнова

ГЕНДЕРНЫЙ КОНФЛИКТ В МАРКЕТИНГОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Маркетинговая коммуникация (МК), как одна из форм взаимодействия на рынке сбыта товаров и услуг является конфликтогенной и предполагает зачастую противоборство интересов, борьбу за привилегии и выгоду, дополнительные блага, социальную значимость. Изменение структуры общества, системы ценностных координат и

ориентация на производство, продвижение и сбыт материальных благ и предметов масс-культуры, заставляет людей пересматривать их нередко агрессивную позицию по отношению друг ко другу и искать компромиссные решения путем коммерческих переговоров. Последние являются одним из современных способов взаимодействия в маркетинговой коммуникации.

Однако анализ материалов устных русскоязычных коммерческих переговоров показал, что переговорный процесс нередко характеризуется гендерной асимметрией, поэтому в ряде случаев интеллектуальные и эмоциональные силы участницы переговоров уходят на то, чтобы доказать свой профессионализм и умение вести дела. Зачастую это достигается путем выбора участницей переговоров «мужской» модели поведения – агрессивной, доминирующей, исключаяющей какое-либо равноправное обсуждение дел. Участница переговоров, упустив из рук деловую цель и нить переговоров – достижение максимально выгодных условий, нередко соглашается на менее выгодные условия. После анализа результатов переговоров участница переговорного процесса пытается вернуться к деловой цели и изменить формулировки в протоколе, но в коммерческих переговорах это невозможно.

Перемещение гендерного конфликта на передний план приводит к забвению деловой прагматической цели общения, что приводит в ряде случаев к столкновению интересов и целей и, как следствие, к прагматической неудаче в маркетинговой коммуникации.

Преодолению гендерного конфликта и его негативных последствий для бизнеса служат конструктивные вербальные и невербальные стратегии и тактики ведения переговоров: тактики компромисса и консенсуса, взаимных уступок, аргументации и другие.

Социокультурные различия партнеров не должны препятствовать их стремлению к кооперации в различных сферах экономической деятельности.

Г.С.Двинянинова

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ДИСКУРСНОГО АНАЛИЗА СОВРЕМЕННОЙ БРИТАНСКОЙ ПРЕССЫ

Предметом обсуждения в данном сообщении является стереотип «доминирующей мужественности» как испытывающий определен-

ное воздействие со стороны социума в связи с изменяющимися в нем статусами мужчин и женщин. Для исследования избраны британских газеты правой ориентации, известные своим консерватизмом в аспекте рассматриваемой проблемы. Исследовательский материал объединялся общей тематикой конфликтных производственных отношений, приводящих к судебным разбирательствам. Эвристический интерес для исследования представляло рассмотрение использованных СМИ способов конструирования гендера в репортажах о событиях подобного рода.

Основу лингвистического анализа статей в гендерном аспекте составили понятия «дискурс», «связность/целостность», «интертекстуальность».

Анализ показал, что в процессе прочтения и интерпретации содержания конкретной статьи в газете читатель имеет возможность опираться на представленные в ней виды дискурсов (в нашем случае – судебный, гендерный и дискурс самой газеты, опосредованно представляемый репортером), а также на цитируемые предыдущие тексты как источники социальной фоновой информации. В качестве связующих элементов между дискурсами при создании текста статьи репортерами используются знаки препинания, кавычки и средства комментирующего характера, типа *to report, to say, to tell, to allege* и другие. Свообразными «ключами», обеспечивающими доступ читателя к «фоновой» информации, являются: «репортаж» о событиях, «игра слов» и принятые в данной лингвокультуре «практики называния» людей. Введение участников конфликта в текст репортерского сообщения производится посредством использования языковых средств со значением «оценки», «физической идентификации», идентификации в плане «производственных отношений», «стилизации в способах называния» участников описываемых событий. В частности, было замечено, что особую роль в защите пошатнувшихся позиций «доминирующей мужественности» играет журналистская практика «дистанцированного» называния в статьях конфликтующих сторон. Эта практика позволяет обеим газетам успешно «снимать» остроту гендерного вопроса для «своего» читателя и на данном этапе пока сохранять незыблемость позиции «доминирующей мужественности» в конкретной читательской аудитории, при этом формально осуждая и порицая виновника конфликта.

М.Н.Дмитриева

ГЕНДЕРНАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ: НАЦИОНАЛЬНОЕ VS ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНОЕ

Вопрос о создании национальных терминосистем для соответствующих отраслей знания давно и основательно стоит на повестке дня украинской лингвистики. Подтверждением тому служат многочисленные исследования, отраслевые переводные и толковые словари. Кодификации подвергаются отрасли как современные – быстро развивающиеся, например, информационные технологии, или устоявшиеся, но нуждающиеся в осовремененной украиноязычной терминологии, как финансы или государственное управление, так и традиционные, народные, т.е. наряду с разработкой и освоением новых понятий путем включения обозначающих эти понятия терминов в соответствующие справочные издания происходит изучение и распространение присущих украинскому языку схем создания терминов и их систем.

В украинском терминоведении можно выделить традицию создания на основе собственно украинских слов новых терминов, а также синонимов к уже существующим заимствованиям. Интересно было бы проследить ход формирования гендерной терминосистемы в украинском языке.

Если не считать отдельных статей по гендерной и феминистской тематике, появившихся в начале девяностых (в первую очередь, тексты Соломии Павличко), первым крупным произведением на украинском языке (хоть и переводным) стала «Друга стаття» («Второй пол») Симоны де Бовуар, изданная в 1994 г. Не менее важным было и издание украинского перевода работы Кейт Миллет «Сексуальна політика» (Киев, «Основи», 1998).

Хотя было издано не так уж мало книг (как переводных, так и работ отечественных исследователей), на данном этапе трудно говорить о сформировавшейся системе терминов с четким объемом и недвусмысленным толкованием. Что касается именно переводных текстов, в отношении понятий, еще не установившихся в украинском языке, можно выделить две тенденции: первая – склонность переводчика вносить в язык прямое заимствование либо кальку (иногда – без осознания смысла, вкладываемого в термин автором), и вторая – стремление заменить иностранное, чужеродное слово своим, снова-таки, без вникания в суть и возможную многозначность слова, исполь-

зованного автором. Темой рассмотрения данной работы стали слова, использованные и введенные нами при редакторской работе над украинским переводом книги Джудит Батлер «Гендерная проблема», такие, как утискова гіпотеза, остатевлений, порушний, нице и т.д.

С.П.Ермакович

ГЕНДЕРНЫЙ И КУЛЬТУРНО-ЯЗЫКОВОЙ ПАРАМЕТРЫ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Жанровые особенности рекламы предполагают выразительность и краткость изложения, поэтому одно и то же выражение может одновременно выполнять несколько функций. В связи с этим категории рекламного метадискурса часто накладываются друг на друга и не всегда могут быть четко выделены. Тем не менее в большинстве случаев структура рекламного метадискурса включает следующие категории:

- *текстуальный метадискурс*: 1) логические соединительные элементы; 2) эндофорические маркеры; 3) конструкции обоснования (интертекстуальность и/или гомофорическая референция); 4) концептуальные глоссы;
- *межличностный метадискурс*: 1) эмфатические выражения; 2) реляционные маркеры; 3) экзофорические маркеры.

В отношении структур метадискурса языковой фактор важнее гендерного. Однако манифестация категорий метадискурса в большей степени чувствительна к гендерному параметру. По степени индивидуализации референта, эмфатичности, стилю реклама, направленная на русскоязычную женскую аудиторию, дальше всего отстоит от «мужской» англоязычной рекламы, а русскоязычная «мужская» реклама сближается с англоязычной «женской». Данный факт свидетельствует о большей патриархатности русскоязычной рекламы.

В наши дни представители русскоязычного среднего класса вне зависимости от их гендерной принадлежности больше озабочены внешними показателями престижа и больше стремятся к показному потреблению, чем представители англоязычного среднего класса. Тем не менее, квантитативный анализ доказывает, что гендерный фактор в рекламе, как правило, оказывается более влиятельным, чем культурно-языковой. Как в русскоязычном, так и в англоязычном современном обществах существуют одинаковые гендерные стереотипы: женщины преимущественно заняты собственной внешностью,

их активность ограничена и сосредоточена внутри дома, а мужчины более независимы и ориентированы на внешнюю активность.

В русскоязычном обществе сильнее проявляется чувство коллективизма, особенно в женской среде. В англоязычном обществе, напротив, приоритет отдается личным или, по крайней мере, узкогрупповым интересам. Косвенным свидетельством этого можно считать оппозицию широкой и узкой гомофоры. Представляется, что тип референции является одним из способов вербальной реализации языкового сознания и гендерного самосознания личности в национальной культуре.

М.А.Ефремова

ГЕНДЕРНЫЕ КОНЦЕПТЫ В ВОСПРИЯТИИ КИНОТЕКСТА (на материале кинофильма «Белое солнце пустыни»)

Визуализация культуры переориентировала ее носителей с потребления печатных текстов на кинотекст. Кинотекст по существу является креолизованным текстом, содержащим как лингвистические, так и нелингвистические знаки, организованные особым образом с целью передачи когнитивной и эмотивной информации. По способу восприятия это аудиовизуальный текст, аналогичный театральному, однако для предъявления его реципиенту необходим экран. Художественный кинотекст даже в рамках одной лингвокультуры обладает свойством поливариантности смыслового восприятия, что обусловлено социальными, возрастными, индивидуальными особенностями реципиентов. Еще более специфичным ввиду различия национальных систем ценностей и оценочных критериев является восприятие прецедентного кинотекста русской культуры инокультурной аудиторией.

В проведенном нами эксперименте приняли участие 50 русских и 50 китайских студентов Волгоградского педагогического университета. Анкетирование по культовому советскому вестерну «Белое солнце пустыни» («Мосфильм», реж. В.Мотыль, 1969) не имело гендерной направленности, однако выявило различия в восприятии женских и мужских образов кинотекста русскими и китайскими реципиентами. Установлено, что в китайских анкетах наиболее детально разработана женская тема кинофильма, тогда как в русских – мужская. Определяющими линиями в китайском восприятии кинотекста оказались

Сухов – женщина в красном (Катерина Матвеевна), Сухов – жены бандита (гарем), таможенник (Верещагин) – его жена, молодой солдат (Петруха) – самая молодая жена (Гюльчатай). В русских анкетах предпочтение отдано линиям Сухов – Саид, Сухов – Абдулла, Сухов – Петруха, Верещагин – Петруха. Вербальное выражение и оценку в китайских анкетах нашли: многоженство, поведение восточных женщин по отношению к Сухову и бывшему мужу, судьба Гюльчатай, дальнейшая судьба жены Верещагина после гибели мужа, тот факт, что Сухов в письмах обманывает жену и не сообщает о грозящей ему опасности, отсутствие эпизода встречи Сухова с его женой – другими словами, семейное и общественное положение женщины. Характерно, что в русских анкетах женская тема практически не прозвучала, упоминается только гарем как объект попечения Сухова. Складывается впечатление, что китайцы видели мелодраму, в то время как русские видели вестерн. В то же время 15% русских аттестовали «Белое солнце пустыни» как фильм о любви, а все без исключения китайцы назвали его фильмом о войне.

М.Р.Желтухина

СУГГЕСТИВНОСТЬ В РЕКЛАМЕ И КОНЦЕПТ «ЖЕНЩИНА»

В языке СМИ выразительные средства обычно объединяются общим термином выдвигание (актуализация) как комплекс способов формальной организации текста, фокусирующих внимание адресата на определенных элементах сообщения и актуализирующих семантически релевантные отношения между элементами одного или разных уровней (Арнольд). Особенно ярко это проявляется в убеждающем, суггестивном дискурсе рекламы, когда семантика отношений и ее релевантность определяются важностью элементов одного или разных уровней с точки зрения общей коммуникативной установки оратора по отношению к аудитории. Основными функциями рекламных текстов выступают информативность, апеллятивность, экспрессивность, суггестивность. Интенциональность рекламных сообщений состоит в привлечении адресата, в сообщении информации о товаре/услуге, в воздействии на адресата, побуждении его воспользоваться товаром или услугой. Рекламный дискурс как часть культуры отражает уровень экономического развития общества и определяет образцы поведения его членов, их ценностные ориента-

ции. В рекламном дискурсе активно используются тропы для формирования четкого образа товара, связанного с концептом «женщина». Наиболее частотны в русском, немецком и английском рекламном дискурсе метафоры, эпитеты, гиперболы, метонимии, аллегории, риторические вопросы и восклицания, обращения и др. средства выразительности. Актуализация концепта «женщина» в рекламном дискурсе в суггестивных целях сопровождается соотношением его с такими концептами, как «природа», «стихия», «свобода», «вечность», «уединенность», «стабильность», «судьба», «прекрасное», «сказочность», «необычное». Данные концептуальные структуры коррелируют со следующими фреймами концепта «женщина»: «красота», «утонченность», «элегантность», «молодость», «стильность», «легкость», «обаяние», «непорочность», «романтизм», «сексуальность», «решительность», «коварство» и т.п. Анализ рекламных текстов носителей английского, немецкого и русского языков свидетельствует о совпадении концептуального представления женщины в соответствующих лингвокультурах, что объясняется экстралингвистическими факторами развития европейских государств. Однако, отмечаются некоторые культурнообусловленные ценности: для русских более значимы такие аспекты, как красота, необычность, уединенность, непорочность концепта «женщина», а для немцев и англичан – свобода, решительность, сексуальность, религиозность. Учет лингвокультурных особенностей и базовых составляющих концепта «женщина» в рекламном дискурсе способствует эффективному воздействию рекламы на адресата.

В.И.Заботкина

ГЕНДЕРНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРАГМАТИЧЕСКОЙ ИНТЕРПРЕТАНТЫ ЗНАКА

Центральным понятием семиотики является понятие «интерпретанта», которое ввел Ч.Пирс в качестве третьего члена семиотической диады «означающее – означаемое». В лингвистике уже предпринимались попытки классифицировать интерпретанты по различным основаниям (Ю.С.Степанов Е.С.Кубрякова). Нам представляется возможным ввести понятие *прагматической интерпретанты* знака, которая несет информацию об ограничениях на употребление знака в зависимости от основных параметров широкого прагматического

контекста, к которым относятся статусные характеристики участников коммуникации, возраст, этническая принадлежность, гендер и т.д. В настоящем сообщении остановимся на анализе одной из составляющих прагматической интерпретации знака – *гендере*.

Гендерная составляющая прагматической интерпретации слова может быть либо универсальной, либо культурно-специфической. Рассмотрим ограничения, которые накладывает гендерная составляющая на концептуальные метафоры в английской и русской культурах. Концептуальные гендерные метафоры двух культур могут не совпадать на уровне домейнов. Иногда они могут различаться на уровне *членов* домейна: так метафора WOMEN ARE BIRDS в английском языке реализуется посредством таких слов, как *bird, chicken* (*привлекательная женщина*); ср. в русском языке *курица, ворона*. Гендерные метафоры, категоризирующие женщин в англо-американской культуре с позиции мужчин, тяготеют к положительному полюсу на оценочной шкале. Подобные же гендерные метафоры в русской культуре тяготеют в большей мере к отрицательному полюсу.

Анализ концептуальных метафор англо-американской и русской культур, категоризирующих мужчин и ограниченных в употреблении женским дискурсом, показывают, что как в русской, так и в англо-американской культуре преобладают отрицательно прагматически заряженные метафоры: MEN ARE ANIMALS/BEASTS, (*wolf, beaf – большой мускулистый мужчина; bacon, pig – полицейский; ср. козел, баран*).

Таким образом, гендерная составляющая прагматической интерпретации не только предписывает ограничения на употребление лексической единицы по параметру гендера, но и дополнительно индуцирует эмоциональную оценку. Оценка зависит от интеграции двух прагматик – прагматики говорящего и прагматики слушающего. Как показывает анализ, речь может идти как о гендерной, так и об эмоциональной амбивалентности лексических единиц. Это соответствует тенденции перехода в гендерных исследованиях от резкого противопоставления мужских и женских характеристик к более мягкой градуальной оппозиции гендерных характеристик в лексике.

Т.Н.Захарова

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ГЕНДЕРА В ПРОЦЕССЕ ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ (на примере чатов для знакомства «15+», «FLIRT»)

Интернет-чаты – это разновидность электронного текста, относящаяся к виртуальному миру и существующая только в его пределах. Особенность, отличающая чаты от других типов текста в Интернете – язык, совмещающий признаки устной и письменной речи (Weingarten, 1997).

Коммуникация в виртуальном пространстве чатов представляет собой дистанционное общение в режиме реального времени, не подкрепленное визуальным контактом.

Цель доклада – выявить взаимосвязь частотности распространения гендерных маркеров и типа чата.

Была проанализирована выборка 20 произвольных отрывков из немецкоязычных чатов **Flirt** и **15+**, входящих в многоканальную чат-систему **chat.de**, Коммуникативная задача чатов **Flirt** и **15+** – знакомство и флирт, поэтому мы предлагаем называть их «чатами для знакомств».

Языковые средства репрезентации пола выявлялись на грамматическом, лексическом и семантическом уровнях.

На основе анализа мы пришли к выводу, что «чатам для знакомств» присущи следующие специфические особенности:

- чаты содержат высокий процент гендерных маркеров;
- в чатах большую роль играют визуальные и вербальные параметры, обуславливающие коммуникативное поведение индивида в процессе общения. Данные чаты располагают набором так называемых «случайных» ролевых имен или псевдонимов, предусмотренных для гостевого входа в чат;
- большинство имен обнаруживают смысловую связь с названием чата и могут подразделяться на семантические группы. Многие псевдонимы не нейтральны, следовательно, являются фактором, оказывающим влияние на коммуникативное поведение пользователей;
- в количественном отношении процент употребления лексем, выражающих фемининность значительно выше маскулинно маркированных единиц;
- при анализе реплик коммуникантов была выявлена высокая степень клишированности;

- некоторые прилагательные образуют устойчивые сочетания с гендерно не-нейтральными существительными;
- пользователи предпочитают гендерно маркированные псевдонимы
- тематика возраста играет не меньшую роль в процессе общения, чем тематика гендерной принадлежности коммуникантов.

Т.С.Зевахина

ОБЩИЙ РОД И КВАЗИОБЩИЙ РОД:
ПРОБЛЕМА НЕЧЕТКОСТИ
(экспериментальное исследование)

Для изучения природы социокультурной категории гендера полезно присмотреться к реальному употреблению русских существительных общего рода, а также примыкающих к ним существительных типа *врач*. Этот класс, как и вообще лексико-грамматическая категория рода, выделяется на основе «согласовательных» свойств слова (А.А.Зализняк). Но практическое применение этого, казалось бы, четкого критерия приводит к тому, что огромное множество обозначений лиц в русском языке распадается с этой точки зрения на целый ряд подклассов, имеющих к тому же нечеткие границы. Эксперимент состоял в том, что испытуемые должны были письменно решить специально составленную нами лингвистическую задачу, в которой перемешаны существительные мужского, женского и «общего» рода. Анализ результатов позволяет предположить существование нескольких гендерных стереотипов.

Лингвистическая задача. Предположим, что мы учим компьютер строить правильные фразы на русском языке. В частности, он должен правильно вставлять существительные (в творительном падеже) в следующие «диагностические конструкции»:

1. Он был настоящим Х.
2. Он был настоящей Х.
3. Она была настоящей Х.
4. Она была настоящим Х.

Рассмотрим ряд существительных, обозначающих (в прямом или переносном смысле) человека: *размазня, монах, конферансье, вожак, кудесница, племянник, монахиня, судья, сирота, мисс, пьяница, мямля, мать, староста, баба, студент, божество, обезьяна, врач, нянька, коммунистка, москвич, тряпка, директор, чудовище, сладстена, отец.*

Задание А. Разбейте приведенные выше существительные на непересекающиеся группы на основе такого принципа: два существительных входят в одну группу тогда и только тогда, когда они характеризуются одинаковой сочетаемостью с диагностическими конструкциями. Сколько таких групп Вам удалось выделить?

Задание Б. Предложите некоторые свои диагностические конструкции, позволяющие выделить еще более мелкие группы этих существительных.

И.В.Зыкова

ГЕНДЕР – КОНСТРУКТ ФРАЗЕОСФЕРЫ
РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ КУЛЬТУР
(о проблеме межкультурного общения)

1. Понятие «фразеологическое пространство» принадлежит к одной из форм моделирования картины мира в сознании человека. Являясь частью семиосферы (Лотман, 2001) как пространства взаимодействия языков и знаков, обеспечивающего условия для их существования и работы, фразеологический фонд подчиняется основным ее законам и онтологическим принципам, повторяет ее бинарную (асимметричную) структуру.

2. Гендер, в основе которого лежит архетипическая оппозиция «мужское – женское», как конструкт¹ семиосферы и фразеосферы в частности имеет двойную функцию. С одной стороны, он представляет собой инструмент, с помощью которого как индивидуальное, так и коллективное сознание воспринимает и оценивает мир, все многообразие человеческих отношений в котором сводится к истории главной пары – Мужчины и Женщины. С другой стороны, в ходе исторического и социально-культурного развития он подвергается процессу моделирования, «ломая» старые стереотипы и формируя новые традиционные установки, отражающие понимание роли, места и функций мужчин и женщин как в отдельно взятом обществе, так и в мировом сообществе в целом.

¹ См. тж. определение конструкта в психофизиологии: конструкт – идеализированное представление о реальности, сконструированное с целью ее познания (Е.В.Трифонов. Психофизиология человека. Толковый русско-английский словарь. – СПб., 2001).

3. Одной из особенностей фразеосферы как знаковой системы является способность концентрировать в себе, сохранять и реконструировать коллективную память народа, говорящего на том или ином языке, раскрывать его самобытность и уникальность. Взаимодействие разных фразеологических систем в рамках единой фразеосферы, их сосуществование обеспечивается их открытостью, возможностью и готовностью к переходу на «иную» систему культурных кодов. Адаптирование этих кодов и их последующая дешифровка и обуславливают в конечном итоге успешность процесса межкультурной коммуникации.

4. При переводе русских и английских фразеологизмов чрезвычайно важным является учет того набора кодов культуры, который используется при конструировании гендера во фразеологическом пространстве русского и английского языков, что ставит вопрос о степени соотнесенности (схожести и разности) гендерных образов в языковом сознании народов двух культур.

Г.В.Иванченко

К ПРОБЛЕМЕ ВЫЯВЛЕНИЯ ИМПЛИЦИТНОЙ КОНЦЕПЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО УСПЕХА: ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ¹

Не только в российском, но и западном обществе до сих пор сами понятия «одаренности», «карьеры», «успеха», «компетентности» подразумевают мужские паттерны. Лишь в последние годы начали складываться отличные от советского общества модели жизненного и профессионального успеха в их «женском» варианте. В отличие от понятия профессионального успеха, имеющего и «женский», и «мужской» вариант, концепт «карьера» строится в кругах российского общества до сих пор на основе целеориентированной достижительной линейной мужской карьеры, основанной на инструментальном типе трудовой деятельности, свойственной маскулинному типу человеческой личности, не обращающей значительного внимания на контакты и взаимодействия с другими работниками, на необходимость подчас развивать горизонтальные связи и аккумулировать творческий потенциал, оставаясь на определенной стадии карьеры (в

¹ Работа выполнена при поддержке программы грантов Президента РФ молодым докторам наук, проект № МД-321.2003.06

одной должности) вместо постоянного движения вверх. Относительно недавно в поле зрения психологов попали неформальные, обыденные (имплицитные) теории тех или иных психологических реальностей. Целью нашего исследования было изучение имплицитных концепций профессионального успеха выпускников инженерных и педагогических факультетов (специальностей, традиционно считающихся «мужскими» и «женскими») вузов Москвы, Тамбова, Таганрога, Апатитов и Якутска.

В нашем исследовании обнаружилось следующие различия между юношами и девушками: девушки в большей степени склонны рассчитывать на «счастливый случай» и на результаты своих собственных усилий, в то время как юноши – на помощь друзей, коллег, руководителей. Девушки ожидают профессионального признания чуть даже ранее, чем юноши, но выражают меньшую уверенность в этом. Девушки, выбравшие педагогическую специальность, более уверены в том, что смогут сочетать профессиональную деятельность и семейную жизнь. Задачи согласования, «инвестирования» ресурсов в большинстве случаев легче («в уме», наперед) решаются молодыми женщинами, нежели юношами. Вместе с тем переход из студенческой среды в среду молодых профессионалов является в настоящее время периодом наиболее тяжелой гендерноспецифичной депривации молодых женщин.

С.Н.Ивашкин

СЕМИОТИКА СПОРТА И ТРЕБОВАНИЯ К ГЕНДЕРУ

1. Означаемое спорта – это нормализация тела. Достигается спортивное тело умением держать себя в форме, волей, тренированностью, трудом, занятиями, упражнениями, бегом, гимнастикой, футболом, подтягиванием, плаванием и проч. Означающим выступают сильные мускулы, выправка, походка, и такие качества как выносливость, смелость, ловкость, быстрота реакции. К женскому телу в XIX в. предъявлялось требование быть скорее полным, чем худым (аристократические, мещанские страты общества). Натренированным, сильным мужское тело становится по требованию государства к служилым людям: мужчинам дворянам, солдатам. Спортивным нормализованным женское тело становится с 20-х гг. XX в. После войны 1914 г., революций прокатившихся по Европе, жен-

щина получает право на труд, право на участие в выборах, на образование. Требование к телу женщины меняется. Женское тело теперь должно быть скорее худым, чем полным, спортивным, чем томным и расслабленным.

2. Означаемым спорта является и престижность видов спорта, которая маркирует тот или иной вид спорта в зависимости от иерархии того или иного времени, представлений и ценностей общества, от контекста социально-культурной динамики. Так конный и парусный виды спорта, гольф сигнифицируются как аристократические. Лыжи, ролики, футбол сигнифицируются как демократические или как спорт для рабочих и их детей. Кроме этой парадигмы можно назвать оппозиции знаков профессионального и непрофессионального любительского спорта, которые имеют разный топос, место пребывания (оно в свою очередь тоже означивается определенными коннотациями) утренняя зарядка дома и бег в лесу, несколько иначе маркируется (ценятся, престижны, заметны), чем тренировка и соревнования на стадионе в присутствии тысяч зрителей и телекамер. Престижными остаются теннис, горные лыжи, автомобильные гонки формулы. Французский социолог П.Бурдьё предостерегает от прямых соотношений между социальной группой и конкретными видами спорта. И тем не менее здесь уместно, упомянуть о возможностях структуры спорта действовать как система социальных лифтов для перехода из одной социальной группы в другую.

3. Политика выступает в спорте как означаемое. Спорт формирует, выстраивая иерархию стран на олимпиадах, чемпионатах Европы, мира, политическую градацию успеха. Победа на соревнованиях ставит каждую страну на то место, которую она заслужила в честной борьбе. Первое, второе, третье место будут знаками в спорте, расставляющими каждый раз, в результате каждого даже квалификационного соревнования команду страны в определенной часто непредсказуемой иерархии.

О.В.Калугина

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ В ИЗУЧЕНИИ ТВОРЧЕСТВА А.С.ГОЛУБКИНОЙ

Анне Семеновне Голубкиной – выдающемуся русскому скульптору удалось преодолеть, несомненно, существующее социокультурное

«неприятие» женщины в избранной ею творческой сфере. Однако авторы, наиболее тонко понимавшие всю неповторимость голубкинского искусства, в том числе Максимилиан Волошин, очень точно демонстрировали острое «прочувствование» своеобразно претворенного в образах ее скульптур мощного *женского начала*.

Интересные результаты дает сопоставление позиции М.А.Волошина с другими авторами – современниками А.С.Голубкиной. Попытки оценить творчество женщины-скульптора претерпевают широкие колебания от полного отрицания его эстетической ценности до глубокого восхищения, но при этом так и не выходят за рамки критериев, принятых в мире «гендерной обезличенности».

Анна Семеновна явно дистанцировалась от ожидаемого обществом *женственного* в общепринятом, то есть современном ей *мужском* понимании поведения и облика. Представления о женщине, как существе «приятном во всех отношениях» пересматриваются ею и на поведенческом уровне, что и создавало в жизни Анны Голубкиной множество проблем. Так, для того, чтобы быть признанной в своей корпоративной среде, Анне Голубкиной пришлось осуществить невиданный по масштабу экспозиционный проект.

Имея в виду принадлежность Анны Голубкиной к специфической конфессиональной культуре, а именно старообрядчеству, необходимо констатировать совершенно особое положение женщин в старообрядческих общинах по сравнению с ситуацией в православной среде. Однако предоставляемая женщинам определенная свобода и возможность реализации себя на профессиональном поприще не означала, тем не менее, пересмотра традиционной гендерной практики. Однако несомненная компромиссность реализации женской судьбы самой художницы не смогла повлиять на сохранение и полноценное развитие не внешних, а фундаментальных особенностей ее женского характера, что прекрасно демонстрирует также и творчество А.С.Голубкиной.

Таким образом, искусство А.С.Голубкиной явилось, в определенной степени, способом презентации особенностей разрешения гендерной проблематики в конкретной социокультурной ситуации, и этот опыт, реализованный в творческой судьбе выдающегося мастера на пороге Новейшей истории России, во многом оказался неопределимым для жизни и судьбы женщин-художников XX века.

Ф.И.Карташкова, В.В.Ганина, О.Н.Гудкова

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ КОМПОНЕНТЫ КОММУНИКАЦИИ, ОТРАЖАЮЩИЕ ЭМОЦИИ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН

Ученые, работающие в области гендерной лингвистики, справедливо полагают, что содержание понятия гендер может быть раскрыто путем анализа различных структур языка (Халеева, Кирилина). В этой связи особую актуальность приобретает изучение НВК, отражающих эмоциональные реакции (ЭР) человека, поскольку имеющиеся данные носят двойственный характер: одни ученые декларируют принципиальные различия между мужчинами и женщинами, в то время как другие настаивают на пересмотре указанной позиции.

Данные проводимого нами исследования (на материале англоязычных текстов) указанной выше проблематики позволяют утверждать, что для выражения ЭР как мужчин так и женщин используются самые различные виды НВК: фонационные, мимические, миремические, жестовые, пантомимические, респираторные.

К общим чертам употребления различных видов НВК мужчин и женщин относятся следующие. Для выражения отрицательных ЭР (превалирующих над позитивными) характерно использование мимических НВК (языковые корреляты (ЯК): глагол to frown и фразы с опорным существительным frown), а также пантомимических (ЯК: to shake one's head, to shrug one's shoulders), фонационных (ЯК: cry, scream, whisper), миремических (ЯК: дериваты и словосочетания существительного eyes).

Для передачи положительных ЭР выявлено преобладание мимических (наиболее характерна улыбка: ЯК: to smile, a + Adj + smile) и фонационных видов НВК (наиболее часто используется смех: ЯК: глагол и существительное laugh).

Вместе с тем, можно отметить, что в коммуникативном поведении мужчин отрицательные ЭР выражаются главным образом с помощью фонационных, мимических и миремических типов НВК. Любопытно, что мужской смех используется с целью маскировки таких отрицательных ЭР, как раздражение, испуг, смущение. Миремические НВК характерны для ситуаций, когда мужчины испытывают ЭР смущения, замешательства.

Отрицательные ЭР женщин чаще передаются через миремические НВК, а также с помощью различных жестов. Фонационные НВК для передачи отрицательных ЭР манифестируют изменение высоты тона голоса (ЯК интенсификаторы angrily, sharply).

При выражении положительных эмоций у мужчин было выявлено преобладание мимических и фонационных видов НВК. Типичен и тактильный вид НВК.

К типичным НВК, передающим положительные ЭР женщин относится улыбка, разновидности которой эксплицированы семантикой препозитивных прилагательных к smile. Улыбки у женщин сочетаются в основном с миремическими либо с тактильными НВК.

И.А.Кириллова

ОПИСАНИЕ ИДЕАЛА МУЖЕСТВЕННОСТИ В ДНЕВНИКАХ ДЕВОЧЕК

Дневник – форма хронологической записи личной жизни девочки, которая ведется ею самой. В исследовании использовались дневники учениц одной из средних школ г. Волгограда.

Характерной стороной содержания дневников являются темы: любовь, семья, сексуальность, отношения с одноклассниками (как с девочками, так и с мальчиками), взаимоотношения с подругой и «Мой возлюбленный». В текстах присутствуют четыре образа: «Я» – автор текста; «Мой милый дневничок» – адресат послания; «Семья» и «Мой возлюбленный» (субъект меняется) – объекты описания. В 10–14 лет «Мой возлюбленный» – это фигура массовой культуры (актер, певец), а в 14–16 лет – «мальчик со двора». У девочек проявляется стремление к подражанию «своему возлюбленному», обожествление его. Налицо иллюзии о близости к «возлюбленному»: *«Мне уже не нравится В., к тому же я его уже 10 дней не видела. Холодно, поэтому, наверное он не выходит. Но я смотрела американский фильм, и в нем видела прекрасного парня. Его зовут Рассел Кроу, к тому же он очень похож на моего отца. Такой же сильный, симпатичный и благородный. Теперь я каждый вечер думаю, что я с ним, прежде чем усну, думаю...»*. В структуре текста вместо временной нарративной последовательности событий реализуется эмоциональная последовательность: реальная история заменяется «аффективной историей». Основным типом нарративного связывания становится тип «и...и...и...».

Анализ текстов дневников позволяет сделать следующие выводы:

1. Все полученные лексеммы при описании партнера можно объединить в две группы: внешность («красивый», «сильный», «могучий», «симпатичный», «хорошенький»), и личный успех мужчины («гитарист», «умный», «спортивный», «крутой», «программист»).

2. При описании партнера использовался ограниченный запас лексем, что доказывается анализом частотности словоупотребления по формуле Б.Н.Головина ($K = (n - N_0) / (N - N_0)$), где N – число лексем, n – число словоупотреблений, N_0 – число неповторяемых в тексте лексем). Осуществив вычисления, мы получили коэффициент, показывающий величину повторяемости лексем. Полученные коэффициенты во всех случаях имели высокие результаты (27,5; 23,4; 19,8), что свидетельствует об ограниченности словарного запаса.

3. Представление о мужественности неосознанно формируется на основе восприятия собственного отца: «... Он как мой папочка любит свою жену...», «... чувство юмора у него, конечно, меньше чем у моего любимчика папы», «Между прочим И. с моим папой одинакового роста и прикольные...».

Е.О.Клименко

МЕНЕДЖЕР – ОН ИЛИ ОНА?

(гендерные характеристики концепта «менеджмент»
в этнокультурном освещении)

В самом общем виде семантическое содержание концепта «management» в англоязычной и «менеджмент» в русскоязычной лингвокультурах представляется как способ (манера) обращения с людьми, власть и искусство управления, особого рода умения и административные навыки, орган управления, административная единица. При более пристальном рассмотрении смыслового содержания концепта выделяются следующие понятийные конститuentы менеджмента:

- процесс управления хозяйственной деятельностью организации;
- процесс управления производством (продажей) товара или услуги;
- функции управления организацией;
- персонал управления организацией.

Процессуальный аспект менеджмента заключается в том, что специально подготовленные люди формируют организацию, ставят перед ней цели и задачи, обеспечивают посредством планирования достижение последних через эффективное управление людьми и ресурсами.

Функциональный аспект предполагает в ходе управления выполнение следующих функций: целеполагание, планирование, координация, учет, контроль, анализ. Посредством выполнения этих функций субъекты менеджмента – менеджеры – обеспечивают условия и организуют эффективное использование труда, производственного аппарата, материальных и финансовых ресурсов организации.

В предлагаемом к обсуждению докладе рассматриваются гендерные различия в когнитивном освоении концепта «менеджмент» его субъектами, изучаются вербальные характеристики гендерно-специфических моделей организации управления; выявляются гендерно-обусловленные модели управленческого дискурса (УД).

Результатом исследования можно считать ряд фактов, выявленных в ходе анализа образцов устного управленческого дискурса, которые указывают на значительные различия в вербальной рефлексии процессуального и функционального аспектов менеджмента мужчин и женщин – субъектов управленческой деятельности.

В докладе также рассматривается этнокультурная специфика «he/she – УД» и «он/она – УД», описываются лингвоэтнические и дискурсо-стратегические параметры гендерно-обусловленной управленческой коммуникации, выявленные при анализе интервью с топ-менеджерами (мужчинами и женщинами) американских и российских компаний.

А.А.Клиновская

КОНЦЕПТЫ ФЕМИНИННОСТИ И МАСКУЛИННОСТИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ЖУРНАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ (ПРЕДВЫБОРНАЯ КАМПАНИЯ В ФРГ 2002 Г.)

Средства массовой информации служат поддержанию традиционных устойчивых представлений, влияющих на общественное мнение, при этом значительная часть общественных стереотипов, актуализируемых в прессе, обнаруживает гендерный характер. Анализ 37 текстов различной жанровой принадлежности (передовых статей, комментариев, интервью, писем читателей и др.) показал, что гендерные стереотипы, формирующие концепты маскулинности и фемининности, применяются по отношению к лицам обоих биологических полов. Так при описании политической деятельности Ангелы Меркель (ХДС) в прессе преобладают атрибуты маскулинности (ср. такие эпитеты, как «мужественная», «самоуверенная»), тогда как по отно-

шению к Вольфгангу Штойберу (ХСС) применяются атрибуты феминности (ср. эпитеты «боязливый», «нерешительный»). Политика – традиционно мужская сфера деятельности, и это объясняет тот факт, что в данном дискурсе независимо от пола преобладают стереотипы мужественности (ср. многочисленные военные метафоры, относящиеся к предвыборной борьбе; метафоры, связанные с типично женской областью интересов, такие как «конкурс красоты», используются крайне редко).

В целях придания политическому дискурсу элементов занимательности и развлекательности в прессе зачастую наблюдается попытка подменить противостояние политических взглядов конфликтом между мужчиной и женщиной (ср., например, антитезу «мужчина против женщины»; а также номинации с явно выраженной гендерной маркированностью, такие как «дама» или «мачо»).

В журнальном дискурсе нередко имплицитно, что гендерные стереотипы, формирующие концепт феминности, такие как слабость, пассивность, потребность в поддержке, вызывают предвзятое, снисходительное отношение к женщине. Этот факт предполагает, что женщина достигла успеха в политике благодаря неким «тепличным» условиям и, следовательно, менее компетентна и в меньшей степени достойна своего положения. Так тот факт, что А.Меркель – разведенная женщина, расценивается как одна из предпосылок ее успешной карьеры. Примечательно, что эта пресуппозиция присутствует в тексте даже тогда, когда женщину нельзя назвать слабой и пассивной: стереотип воспринимается как данность, и его основания не анализируются.

Таким образом, гендерный аспект наряду с другими социально-культурными показателями влияет на положение кандидата в предвыборной кампании и, в конечном итоге, структурирует общественное мнение.

О.А.Коврик

«МУЖСКОЙ» И «ЖЕНСКИЙ» РАЙ В БЕЛОРУССКОЙ МАЛЯВАНКЕ

Народные маляванки как живописное воплощение мифологической Модели мира (специфика композиционного построения, отбор изобразительных мотивов).

Апотропеический и благопожелательный смысл изображенных на них языческих (растительных) символов плодородия.

Взаимодействие народной и профессиональной художественных традиций, воплощенные в маляванке как одном из примеров национального изобразительного примитива.

Рисование для людей «из внутренней потребности»: странствующие художники-самоучки А.Киш и Я.Дроздович.

Биографии и произведения.

Уникальность их художественного опыта в Беларуси.

Побудительные мотивы творчества: а) «тебе сделаю самый красивый, какого больше ни у кого нет», б) «для развития в народе художественного вкуса».

Индивидуализированные (женский и мужской) варианты изображений Картины мира в маляванках наивных художников Алены Киш и Язэпа Дроздовича.

Специфика пространственной организации их изображений: сравнительно-стилистический анализ.

Использование принципа «картины в картине» как «текста в тексте» в маляванках Я.Дроздовича.

Особенности восприятия и воплощения идеи Времени в работах Алены Киш.

«Картинная» плоскость маляванки и «медальонная» композиция: особенности их различного визуального восприятия.

Мир образов Алены Киш (женская персональная концепция Рая).

Мифологизация национальной истории в работах Я.Дроздовича.

Интимность и исповедальный характер личной эмоциональной биографии женщины-художницы.

Обращение к историческим корням белорусов и призыв к национальному единению, воплощенный в работах Я.Дроздовича.

Интроверсивный и экстраверсивный варианты личного мировосприятия художников, воплощенные в самобытной живописной форме.

Взаимодействие с социумом: трагический финал жизни обоих.

Общность и гендерная специфика воплощения их творческой судьбы.

*М.С.Колесникова*ГЕНДЕРНЫЙ АНАЛИЗ УЧЕБНОЙ ЛЕКСИКОГРАФИИ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Исследование учебной лексикографии с точки зрения гендерной лингвистики актуально как в теоретическом аспекте, так и с позиций решения прикладных задач лексикографии и описания структурных и характерологических особенностей конкретного языка, которые получают отражение в лексикографической форме. Соответственно ракурс их изучения может формироваться, по определению А.В.Кирилиной, в терминах оппозиции андроцентричность/всечеловечность, на уровне описаний гендерного и метагендерного уровней, представленных в различных видах и типах учебных словарей¹.

В этом отношении представляется целесообразным дифференцировать проблематику, связанную, с одной стороны, с развитием одноязычной и двуязычной учебной лексикографии, а, с другой стороны, предназначенной для носителей либо родного, либо неродного языка. Особенно перспективны для учебных целей лексикографические описания, учитывающие факторы экстралингвистического характера, связанные с представлением параметров мужественности и женственности, маскулинности и фемининности, формирующихся в рамках определенной национальной культуры и существенных для обучения в условиях межкультурной коммуникации и процессов взаимодействия и диалога культур. Элиминирование гендерных характеристик в словарях, как показывает их анализ, приводит к образованию «культурологических лакун» в учебной лексикографии. Потребность в их заполнении требует дополнительного информационного поиска, однако может также приводить к межкультурным сбоям и коммуникативным неудачам.

¹ В основу проведенного исследования положен анализ одноязычных учебных изданий нем. языка: LANGENSCHIEDTs Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache / Hrsg. Prof. Dr. D. Götz, Prof. Dr. G. Haensch, Prof. Dr. H. Wellmann. Berlin et al.: Langenscheidt, 1993; 2002; PONS Basiswörterbuch – Deutsch als Fremdsprache. – Stuttgart: Klett, 1999; KEMPCKE Günter. Wörterbuch Deutsch als Fremdsprache. – Berlin, New York: W. de Gruyter, 2000; DUDEN. Standardwörterbuch. Deutsch als Fremdsprache. Mannheim et al.: Dudenverlag, 2002, а также двуязычных учебных, культуроведческих и лингвострановедческих словарей.

*И.В.Коноваленко*КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАКТИКИ РУССКОЙ РЕЧИ
В АСПЕКТЕ ИХ ГЕНДЕРНОЙ СПЕЦИФИКИ
(на материале исследования колкости)

В лингвистике последнего десятилетия проблемы исследования речевой коммуникации с точки зрения стратегического подхода обсуждаются достаточно активно [Бийм 1985, Баранов 1990, 2001, Верещагин 1992, Дементьев 1997, Шмелева 1997, Дейк, Кинч 1998, Иссерс 1999, Рытникова 1996 и др.]. Стратегический подход определяется в рамках данного исследования как когнитивно-прагматический, учитывающий коммуникативные установки и особенности модели мира говорящего.

В исследовании было выдвинуто предположение, что тактика колкости имеет отличия в оформлении женщинами и мужчинами, возможно, наличие различных объектов колкостей у мужчин и женщин. В связи с этим задачей работы явилось определение объектов колкостей в адрес мужчин и женщин, представление речевых высказываний обоих типов, выяснение формы высказывания колкостей мужчиной-адресантом и женщиной-адресантом. «Колкость» определяется в работе как «язвительное, злобно-насмешливое замечание» (Толковый словарь русского языка 1995), как своего рода «бестактность». Для сбора материала использовался метод интервью с помощью «мягкого» опросника. «Мягкий» опросник предполагает лишь тему, которая должна быть исследована в ходе интервью. Наиболее важные вопросы были сформулированы одним и тем же образом: «Какие колкости Вы слышали или сами произносили в ситуации неофициального общения лицам своего пола, противоположного пола? Приведите примеры». Для определения значимости гендерного фактора при произнесении колкости были выявлены 1) объекты, 2) формы высказывания колкости. При каждом объекте колкости представлены речевые клише. Номинация речевых клише осуществлялась за счет одной из реплик-клише.

Анализ формы колкости и объектов, на которые была направлена колкость, позволил сделать следующие выводы: колкость может быть высказана в форме совета, рекомендации. Тактика колкости, следующая за комплиментом, также частотна. Нередко колкость высказывается мужчинами и женщинами в адрес лиц обоего пола в виде пословицы, поговорки. В качестве распространенного приема

колкостей используются известные высказывания из художественной литературы, строчки из песен, кинофильмов, современных телепередач (прецедентные тексты). Колкость может быть представлена как антифразис (за счет соответствующей интонации), через сравнение адресата с литературными, историческими деятелями, фактами (аллюзии). В форме высказывания колкости зафиксированы следующие отличия: женщины более искусны в подаче колкости. Они используют более тонкую «маскировку»: косвенный совет, поощрение достижений, чаще, чем мужчины, предваряют колкость комплиментом. Мужчины «маскируют» колкость в виде анекдота, приводят примеры из армейского юмора, наряду с колкостью нередко используют прямой оценочный акт (издевку или оскорбление).

С.А. Коновалова

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ АТРИБУТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ ТЕКСТА РУССКОЙ НАРОДНОЙ ВОЛШЕБНОЙ СКАЗКИ

Языковая категория атрибутивности отражает качественные характеристики окружающей нас действительности, а, значит, маскулинность и фемининность как общечеловеческие универсальные категории находят в ней эксплицитное отражение.

Мужественность и женственность – это конструкты культуры, отражающие специфику, свойственную данному обществу и подвергающиеся постоянной эволюции в исторической перспективе (Кирилина, 2000; 2002)¹.

В докладе атрибутивная связь рассматривается как производная от предикативной и утверждение, что любая атрибутивная связь есть свернутый аналог предикативной (Курдюмов, 1999) принимается за отправную точку в характеристике гендерной специфики атрибутивных отношений текста русской народной волшебной сказки².

¹ Кирилина А.В. Гендерные исследования в отечественной лингвистике: проблемы, связанные с бурным развитием // Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады Второй межд. конф. – М., 2002. – С.9; Кирилина А.В. Гендерные аспекты массовой коммуникации // Гендер как интрига познания: Сб. ст. – М.: Изд-во Рудомино, 2000. – С.47–80.

² Курдюмов В.А. Идея и форма: основы предикационной концепции языка. – М.: Военный университет, 1999. – С.115.

Обзор лингвистических работ показывает правомерность изучения атрибуции в разных лингвистических аспектах относительно изолированно, в частности, правомерность анализа отношений между атрибутом (определением) и главенствующим существительным. Именно этот подход применяется в докладе и получает название «исследование атрибутивных отношений». Атрибутивные отношения в нашей научной модели – это отношения между атрибутом (определением) и главенствующим существительным.

Несмотря на широкую морфологическую выраженность определения (причастие, существительное и т.д.), нас интересовало только имя прилагательное в роли определения, ввиду того, что атрибуты обладают большим семантическим потенциалом, реализуемым в широком спектре качественности.

Исследование гендерно специфичной атрибуции состоит в рассмотрении определенных качеств и признаков, приписываемых действующим лицам: мужчинам и женщинам в связи с гендерно маркированной спецификой номинации, выраженной именем существительным.

Материал классифицируется по принципу отбора гендерно значимых номинаций, а затем на изучается их сочетаемость с гендерно релевантными атрибутами. Репертуар номинаций обуславливает выбор того или иного атрибута в составе атрибутивного сочетания. Это положение является концептуальным основанием для выделения определенных тематических групп номинаций и, следовательно, атрибутов (имен прилагательных). Исходя из этого, весь спектр отобранных номинаций классифицируется по принадлежности к следующим семантическим областям:

- 1) номинации, выраженные антропонимическими лексемами, – именами собственными – *Иван, Светозар, Дуня, Полюша*.
- 2) номинации, выраженные лексемами, обозначающими термины родства, – *мать, отец, сестрица, братец*.
- 3) номинации, выраженные лексемами, обозначающими супружеские отношения, – *супруг, супружница, невеста, жених*.
- 4) номинации, выраженные лексемами, обозначающими внешность человека, – *красавец, красавица*.
- 5) номинации, выраженные лексемами, обозначающими возрастные характеристики, – *старуха, старик, молодец, девица*.
- 6) номинации, выраженные агентивными существительными, т.е. существительными, обозначающими названия профессий и долж-

ностей, воинских званий, занятий, носящих регулярный характер, – *царь, царица, князь, княгиня, стряпуха, приказчик*.

Наиболее частотными семантическими областями, с которыми соотносится гендерно специфичная атрибуция, явились для лиц женского пола номинации – *девушка, девица, дева, старуха*; для лиц мужского пола – *молодец, богатырь, мужик, царевич, царь*. Примеры показывают, что для номинаций, выраженных обозначениями лиц женского пола, характерно указание на пол и на возраст, тогда как в мужских номинациях присутствует указание не только на пол и возраст, но также и на социальный статус героя и на качества мужской личности.

Прилагательные представляют собой совокупность всех внешних и внутренних качеств персонажей: пол, возраст, внешний облик, положение, черты характера.

Атрибуты с концептуальным значением «внешность» подчеркивают значимость красоты для девушки на выданье. Среди прилагательных, являющихся определениями к существительным *девушка, девица* лидирует атрибут красная (красивая). Далее по убывающей: *прекрасная, молодая, милая, ненаглядная, расхорошая*, которые атрибутируются с существительными *царица, невеста, княжна*. В образе мужчины семантика внешности имеет меньшее значение. Царевич в сказке прекрасный, удалый и непременно молодой. Для номинаций, выраженных обозначениями лиц мужского пола *царевич, богатырь, воин*, доминируют сочетания с такими атрибутами как «храбрый, удалый, сильный, сильномогучий». Атрибутивное сочетание «добрый молодец» является наиболее репрезентативным и эксплицируется позитивно, приписывая мужскому персонажу идеальные качества, такие как сила, смелость, целеустремленность. Внешность мужского персонажа описывается также при помощи других языковых средств – словосочетаний и предложений. Например, «другого такого во всем свете не сыскать», «где такая красота родилась», «ни в сказке сказать, ни пером описать».

Весьма четко определяется тематическая группа, относящаяся к возрасту женщины и мужчины. В данной группе следующие прилагательные, обозначающие возраст человека, составляют атрибутивное ядро: *молодой, старый, старший, большой, младший, малый*.

Возраст и внешность женщины значимы для сказочного повествования и поэтому прилагательные, указывающие на эти качественные признаки, употребляются синонимично, актуализируя ассоциацию слушателя молодая, а значит красивая.

Наблюдения над текстом показали, что атрибутивные тавтологические определения широко представлены в тексте сказки. Они выполняют роль дополнительных актуализаторов возрастного признака, например, *молодой парень, молодой юноша, молодая жена, молодые, удалые царевичи, древний старик, древняя старуха, старая старуха, старый старичок, предряхлый, кривой старик*.

Репрезентативными являются атрибуты слов *сестра, брат, дочь, сын – это старшая(ий), средняя(ий), младшая(ий)*. Данные прилагательные количественно образуют достаточно большую группу, которая в сказке почти всегда противопоставляется следующей группе атрибутов с основной семой «ум, глупость» – умные, разумные, глупые. Например, «Был себе дед да баба, у них было три сына, два разумных, а третий дурак. Первых баба любила, чисто одевала, а последний был завсегда одет худо – в черной сорочке ходил» (Летучий корабль).

В подобных контекстах, несмотря на то, что прилагательные «старший (большой)» определяют персонажей, названных «умными, разумными», тем не менее, в процессе развертывания сказочного действия, в значении данных прилагательных, наряду с семой возраст, актуализируются негативно окрашенные семы.

Примечательно, что женские фольклорные персонажи в русской сказке маркируются как мудрые чаще мужских (Показательно: Сестрица Аленушка старше и умнее брата Иванушки).

Слова «барин, купец» в основном встречаются с определениями «богатый, пребогатый», что дает возможность предположить значимость обеспеченности и состоятельности для саморепрезентации мужчины.

Прилагательные «любезный, родимый, милый, дородные, хорошие, единоутробный» в основном сочетаются с лексемами, выражающими родственные отношения: *мать, матушка, отец, батюшка, брат, сестра, сестрица*. Частотность употребления и позитивная окрашенность этих атрибутивных сочетаний подтверждают значимость семейных уз для лиц любого пола.

Стереотипные представления о женщине как о слабом поле, а о мужчине как о сильном поле в тексте сказки выражены не столь отчетливо. В сказочном тексте отмечены атрибутивные сочетания, указывающие на женскую силу и независимость. Например, «сильная и могучая богатырка» по имени «девица Синеглазка», командующая ротой таких же богатырок; «прекрасная королева Марья Моревна», побившая «великое войско» и инициировавшая женитьбу с Иваном-

царевичем; Марьюшка, которая в поисках любимого Финиста Ясного Сокола «истоптала три пары башмаков, три посоха железных изломала, три хлеба каменных съела».

При атрибуции, относящейся к номинациям главных (а не второстепенных) персонажей проявляются следующие особенности: женщина в сказке не только *прекрасная*, но и *смелая, сильная, могучая, независимая* и *мудрая*; образ же мужчины неоднороден: он – *красивый, храбрый, милосердный, вежливый*, но в то же время может быть *непоследовательным, наивным, глупым, хвастливым* и *чувствительным*.

Анализ атрибутивных отношений показал, что качественные характеристики женских и мужских образов в тексте волшебной сказки асимметричны.

Освещение сущности феномена атрибутивности, который является языковым выражением одной из базовых онтологических сущностей – категории качества, в совокупности с учетом гендерного фактора позволит получить новые научные знания о данном языковом явлении и принципиально с новых позиций подойти к исследованию структуры и семантики русской народной волшебной сказки.

Г.Е.Крейдлин

МУЖЧИНЫ И ЖЕНЩИНЫ В НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ: КУЛЬТУРНО-УНИВЕРСАЛЬНЫЕ И КУЛЬТУРНО-СПЕЦИФИЧНЫЕ ОСОБЕННОСТИ НЕВЕРБАЛЬНОГО КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Проблемы определения и распределения гендерных ролей, формулировки и обоснования принципов коммуникативного взаимодействия полов имеют огромное значение для организации общества и человеческой коммуникации. Эти проблемы являются весьма сложными для решения, поскольку даже подход к ним зависит от очень многих и очень разнородных факторов, среди которых можно выделить степень развития общества в данный период времени, его социальную дифференциацию и языковую стратификацию, тип культуры и идеологическую основу общества, уровень научных знаний и образованности его членов и др.

Совпадение или смешение разных социальных и коммуникативных гендерных ролей традиционно рассматривалась как угроза вековым общественным устоям, как разрушение жесткой иерархической

модели или как отклонение от нормы. Современная жизнь, однако, изменила ролевые признаки полов и взаимоотношения между полами. Оказались сломанными казавшиеся незыблемыми гендерные стереотипы, в частности, изменилось отношение к функциям и личностным характеристикам, которые культура и общество закрепляли за мужчинами и женщинами.

Новые жизненные условия привели к смене характера и стиля коммуникации полов. Я имею в виду не столько речевую коммуникацию мужчин и женщин, ее содержание и способы его выражения, сколько плохо изученные особенности их невербальной коммуникации.

В докладе ставится вопрос о существовании невербальных гендерных коммуникативных универсалий и фреквенталий. Приводятся разнообразные примеры кандидатов на роль таких категорий, моделей поведения и правил взаимодействия. Рассматриваются некоторые типологически значимые отклонения от норм невербального гендерного поведения, принятые для какой-то одной культуры и для культур определенных географических регионов и социальных групп. Предлагается содержательная интерпретация как самих отдельных отклонений, так и причин, их породивших.

Л.В.Кузниченко

К ВОПРОСУ ОБ ИССЛЕДОВАНИИ ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ В КРИМИНАЛИСТИКЕ

(проблема установления пола автора текста)

Объектом исследования лингвистики, психологии, психолингвистики, социологии, теории коммуникации, логики и т.д. является письменная речь. Каждая из наук в этом сложном объекте выделяет свой предмет исследования. В теории криминалистической экспертизы письма предметом исследования являются условия и закономерности речевого поведения человека, определяющие индивидуальность письменной речи. Одним из видов криминалистического исследования письма является судебно-автороведческая экспертиза. К ее компетенции относится решение вопросов относительно идентификации определенного автора текста и установление социально-биографического «портрета» неизвестного автора. Так, к характеристикам, раскрывающим «портрет» автора, относятся: язык, который явля-

ется родным или преимущественно разговорным для лица составившего текст, его образовательный уровень, пол, возраст, круг профессиональных интересов. Кроме того, если в тексте проявились признаки, свидетельствующие о влиянии диалекта на речь автора, эксперт устанавливает место формирования языковых навыков данного лица.

Проведенное обобщение экспертной практики свидетельствует о том, что апробированные методики решения вопросов установления социально-биографического «портрета» автора текста по настоящий момент отсутствуют. Методики комплексного решения вопросов установления пола, возраста и профессиональной принадлежности лица, составившего текст, являются неразработанными. Поэтому не всегда экспертам удается решить поставленные перед ними вопросы. В докладе предлагается обсудить методические предпосылки установления пола автора текста.

Заметим, что различия в речевом поведении, обусловленные гендером, на русском речевом материале рассматривались в целом ряде работ. Был выделен ряд особенностей, характерных для речи мужчин и для речи женщин. К сожалению, в экспертной практике они не используются, поскольку исследования в области классификационной автороведческой экспертизы, практически не проводятся. Поэтому необходима дальнейшая разработка новых и усовершенствования имеющихся методик решения вопроса установления пола автора текста, которые необходимы в экспертной практике. В докладе намечаются перспективные пути развития этих исследований в судебном автороведении.

Р.Ш.Курдадзе

ГЕНДЕРНЫЕ ТЕРМИНЫ, СВЯЗАННЫЕ С ОДНИМ СВАДЕБНЫМ РИТУАЛОМ, В ГРУЗИНСКОМ ЯЗЫКЕ

Социальные права и обязанности мужчин и женщин, связанные со свадебными обычаями и традициями, четко отличаются друг от друга, что находит свое отражение в гендерной терминологии того или иного языка. В связи с этим следует отметить товарный или денежный выкуп, т.е. калым, который жених или семья жениха платит семье невесты. Этот обычай зародился на начальном этапе патриархального общества и был распространен во многих странах, а особенно среди народов, исповедующих ислам.

В большинстве регионов Грузии подобный обычай почти полностью исчез, его следы сохранились только в виде подарков, которые жених преподносит невесте. Что же касается калыма как специального товарного или денежного выкупа, предусмотренного для семьи невесты, терминология, связанная с этим обычаем, засвидетельствована в горных диалектах грузинского языка, а так же в грузинских диалектах, находящихся в исламском окружении. Среди этих терминов следует указать слово *urgadi* // *urgati* (калым) из мохевского диалекта грузинского языка, заимствованное из осетинского, а также слово *bašluḡi* (калым) из аджарского и имерхевского диалектов грузинского языка, заимствованное из турецкого и слово *kebini* (калым) из ферейданского диалекта грузинского языка, проникшее из персидского и др.

В работе представлен семантический и этимологический анализ указанных терминов, что, бесспорно, представляет интерес для изучения культурно-исторических связей грузинского языка с языками соседних народов, а также для изучения гендера как социокультурного феномена.

Н.А.Курнаева

СВОИ И ЧУЖИЕ В ИДЕНТИФИКАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЯХ ГЕНДЕРНОГО ДИСКУРСА

«Иметь данную идентичность – значит занимать особое место в мире, предписываемое определенными правилами»¹. Обладать коллективной идентичностью – значит переживать состояние групповой солидарности, формирующееся на основе общности интересов и ценностей. Ядром коллективной идентичности выступает фундаментальная дихотомия Свои – Чужие. Маркерами Своих и Чужих могут быть национальность, конфессиональная принадлежность, социальный статус; особое место среди маркеров занимает гендерный фактор. Высокая степень легитимности и «естественности» гендерных идентификаторов объясняет их значимость и эффективность. Несоответствие гендерным нормам воспринимается с большим эмоциональным подъемом, будучи расцениваемым как нарушение законов природы, извращение самой сущности человека. Содержание взаимо-

¹ Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. – М., 1995. – С.216.

обусловленных конструкторов Своих и Чужих определяется нормами и интересами сообщества в определенный исторический момент, а также функциями, возложенными на эту дихотомию – поддержание коллективной идентичности социального субъекта, обеспечение социального порядка и контроля. Гендерный, национальный, политический, военный и другие типы дискурсов конкурируют между собой за право определения Своих (тех, кто соответствует установленным нормам) и Чужих (тех, кто выходит за нормативные границы); при этом дискурсы оказывают влияние друг на друга.

В гендерном дискурсе можно выделить различные идентификационные стратегии, т.е. способы возведения символических границ между Своими и Чужими; в зависимости от выбора идентификатора значимыми при определении Своих и Чужих могут выступать такие компоненты эталонных образцов мужественности и женственности, как система отношений между полами, представления об отношениях между супругами, об идеальных родителях, об образцовых хозяйке и хозяине и т.д.

Не все члены интрогруппы (и тем более аутгруппы) будут репрезентироваться в качестве «настоящих» мужчин и «настоящих» женщин. За символические границы выводятся все отклоняющиеся от признанной нормы проявления мужественности и женственности; более того, эти девиации, как правило, иерархически структурированы. Так, кроме внешних Чужих, мы выделяем внутренних и внешних Своих. Чужие могут быть иными видами «разрешенной» мужественности и женственности, а могут быть полностью исключены из нормативного поля.

Н.В.Любимова

ГЕНДЕР КАК ЭПИФЕНОМЕН ЛИТЕРАТУРНОГО ПРОЦЕССА

На осознание продуктивности гендерной проблемы ушло три десятилетия. Пройдя неоднозначный путь развития от критического феминизма 70-х годов через воинствующий феминизм 80-х и начала 90-х, гендер не только стал одной из ведущих категорий в литературоведении, культурологии и лингвистике, но и сумел подняться до уровня «центральной проблемы каждого текста» (Е.К.Седжвик). Внедрение категории гендер в литературный дискурс имеет очень серьезные перспективы, так как само понимание этого феномена раздвигает рамки чисто феминистского критического дискурса и

оказывает значительное влияние на литературный процесс, т.е. на процесс создания литературного текста. Наиболее продуктивным признаком литературных текстов нового поколения видится то, что феминистская логика разрушения идентичности (Ю.Кристева, Дж. Батлер), в общем и целом, достигла своей цели. Закономерности фикциональных текстов сегодня можно свести к некоторым «формулам»:

– отказ от коллективного женского «мы» и, как следствие, расширение конфликта на женское сообщество, в частности, конфликт поколений развивается внутри него;

– таким образом, наблюдается ослабление бинарных структур как элементов традиционной европейской логики, например, усиление гендерных стереотипов за счет этнокультурных стереотипов, а также

– сомнение в легитимности гетеросексуальной организации «нормального» общества, ярко выраженная симпатия к представителям иной сексуальной ориентации.

Отсюда следует чуть ли не основной принцип организации композиции и сюжета современного литературного текста: разрушительные (субверзивные) модели поведения, маскарадность, пародийность, гротесковость, черный юмор, «стебность» и ерничество – т.е. внешняя несерьезность и даже абсурдность того, что делают автор и его персонажи.

Учитывая сложность восприятия и понимания именно такого текста «наивным читателем», необходима опора на гендер и в методике обучения чтению как пониманию текста.

О.Г.Максименко

НОВАЯ СРЕДА, ВЕЧНАЯ ТЕМА: БРАЧНЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

Массовый поиск спутника(цы) жизни в Интернете стал реальностью наших дней. Невозможно сколько-нибудь приблизительно определить не только количество объявлений на сайтах знакомств, но и количество самих сайтов. Общение посредством компьютера привлекает не только самых юных пользователей, как можно было бы ожидать, но и лиц старших поколений, возраст авторов на просмотренных мной сайтах варьирует от 17 до 70.

Объектом исследования являются брачные объявления российских женщин на английском языке, выставленные на www.kiss.com, и www.friendfinder.com, авторы которых нацелены на поиск зарубежного спутника жизни. Цель исследования состоит в анализе языковых способов самовыражения, способов конструирования социокультурной идентичности российской женщины в данных текстах на неродном языке. Именно язык является важнейшим средством выражения «культурно-вербализованных смыслов» (Воркачев С.Г.), доминирующих стереотипов и автостереотипов.

В виртуальном мире личность воспринимается опосредованно, через ее собственное видение себя, выраженное в тексте-саморекламе, где язык – одновременно среда и средство, в которой и при помощи которого конструируется желаемый образ и осуществляется попытка контролировать восприятие себя адресатом. Визуальный образ – еще один мощный фактор, способствующий (или препятствующий) достижению цели, возможно, даже более значимый для установления контакта на начальном этапе. Однако именно адекватное выражение себя в тексте, соответствие виртуального и реального образов становится абсолютно необходимым условием для поддержания длительных контактов.

Исследуемые брачные объявления в Интернете представляют собой попытку установления межкультурного контакта, и, очевидно, что, как и в реальном общении такого рода, трудности, вызываемые столкновением различных культурных ценностей и несоответствием ожиданий реальности, неизбежны.

Ю.В.Матюхина

ФАТИЧЕСКИЙ МЕТАДИСКУРС

Анализ обеспечения эффективности речевой коммуникации – метакоммуникации, сопутствующей собственно коммуникации и регулирующей речевое общение средствами языка, – акцентирует роль адресанта и адресата и неизбежно затрагивает вопросы, касающиеся их гендерной составляющей. Метакоммуникация составляет ту часть общения, «которая направлена на самое себя, на общение в целом и его различные аспекты» (Макаров М.Л.). Эта разновидность речевой деятельности связана с фатической функцией языка, предназначенной (по Б.Малиновскому) обеспечивать речевое взаимо-

действие, не преследуя цели передачи существенно важной и новой информации. Если коммуникация (информативное общение) осуществляется в дискурсе как «мыслекоммуникативной деятельности, представляющей как совокупность процесса и результата и включающей экстралингвистический и собственно лингвистический аспект» (Шевченко И.С., Морозова Е.И.), то метакоммуникация реализуется в фатическом метадискурсе. Его когнитивная база характеризуется низкой энтропийностью сообщений, а коммуникативная деятельность в соответствии с фатической функцией направлена на обеспечение речевого контакта (ср. понятия «текста» и «метатекста» (по А.Вежбицкой), представленного способствующими, вспомогательными метатекстовыми текстовыми элементами).

В фатическом метадискурсе выделяем речевые события (приветствие, прощание, светская беседа и т.п.) и речевые акты – фатические метакоммуникативы. Первые осуществляются на стадиях контактоустановления, контактопродлонгации и контакторазмыкания, а вторые являются речевыми актами, реализующими интенции контактоустановления языковыми средствами в соответствующих ситуациях общения. Фатический метадискурс – высокоритуализированная форма речевой деятельности. Гендерные различия метакоммуникации остаются недостаточно исследованы, хотя ритуализированный характер феномена гендера, отмечаемый Кирилиной А.В. (2003), обуславливает важность такого анализа. Наши данные о речевом поведении мужчин и женщин в английском метакоммуникативном дискурсе не выявляют существенных отличий употребляемых ими стратегий и тактик дискурса, в частности, стратегий вежливости, хотя обнаружены отдельные различия в выборе языковых средств конструирования речевых актов, особенно связанных с этикетными формами. Поэтому следует признать важность гендерного фактора в фатическом метакоммуникативном дискурсе, отказавшись от его абсолютизации.

Е.В.Милосердова

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ

Одна из главных задач коммерческой рекламы состоит, как известно, в манипулятивном воздействии на максимально большое

количество реципиентов (читателей, зрителей, слушателей). Поэтому не удивительно, что рекламный дискурс нередко строится с опорой на национально-культурные стереотипы как на некий лингво-ментальный комплекс, который позволяет спрогнозировать совершенно определенные ассоциации у воспринимающего рекламу. Кроме того, использование стереотипа, понимаемого как «категория культуры, регулярно воспроизводимая в вербальных и невербальных текстах, являющаяся необходимой принадлежностью социума и оцениваемая им как норма» (Брагина 1996), уже априори может обеспечить наиболее эффективное воздействие такой рекламы на адресата.

Наблюдения показывают, что в рекламном дискурсе, в частности на отечественном телевидении и радио, особая роль отводится гендерным стереотипам как тем «культурно и социально обусловленным мнениям и пресуппозициям о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражению в языке» (Кирилина 1999), которые, безусловно, связаны с особенностями мотивационных поступков двух групп потребителей – мужчин и женщин, с их разным отношением к самому процессу приобретения рекламируемого товара. Внимание лингвистов к данной проблеме (см. работы М.Д.Городниковой, И.А.Гусейновой, А.В.Кирилиной, М.В.Томской) объясняется не только новизной и актуальностью тематики, но и теми изменениями в социальной сфере, которые коснулись всего нашего общества и особенно женщин.

Традиционные стереотипы приписывают женщинам такие черты, как расточительность, непомерную тягу к покупкам, мотовство, стремление к материальным благам и т.п. Именно этим можно объяснить очевидное количественное преобладание рекламных текстов, ориентированных на женскую аудиторию, среди которых большинство посвящено проблемам красоты, здоровья, семейного благополучия, жизненного комфорта, создания бытовых удобств и т.п., то есть тем областям нашей жизни, ответственность за которые – по сложившейся за долгие годы традиции – возлагалось на женщин нашей страны.

Гендерную асимметрию акцентируют, по нашему мнению, и рекламные тексты, имплицитно содержащие указание на стереотипное представление об основном – с точки зрения мужчин – качестве женщины в нашем обществе – ее внешности, ср. рекламу, заканчивающуюся фразой: «Ведь женщине важно быть красивой».

Несмотря на динамично меняющееся положение российских женщин в социальной сфере, в сфере бизнеса и других областях, отечественные рекламные тексты все еще строятся на стереотипном представлении женщины как существа болтливого, сварливого, вздорного и надоедливого своим интеллектуальным невежеством, особенно когда она пытается вмешаться в несвойственную и недоступную ей – по мнению мужчин – сферу деятельности, какой чаще всего выступает автомобиль, ср., в частности, рекламу, посвященную автострахованию.

Еще одним активно эксплуатируемым в нашей коммерческой рекламе гендерным стереотипом можно признать создаваемый на телевидении и радио образ российской женщины, готовой ради здоровья, блага, удобства мужчины на любые жертвы, ср., например, рекламу некоторых лекарственных средств или рекламу пива.

В докладе будут рассмотрены и другие гендерные стереотипы, характерные для современной отечественной коммерческой рекламы.

Н.И.Миронова

КОГНИТИВНЫЙ АНАЛИЗ ТЕКСТА АССОЦИАТИВНОГО ПОЛЯ: ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ

Когнитивный подход к тексту ассоциативного поля (при цепном ассоциативном эксперименте), совмещая в себе лингвистический и психологический анализ, является чрезвычайно продуктивным и в гендерном аспекте.

Когнитивный анализ связан с определением фокуса внимания говорящего (респондента) в процессе порождения высказывания – реакции. Наши данные показывают, что одни и те же действия субъекта – референта слова-стимула *младенец* могут передаваться с помощью личной формы глагола (ЛФГ) или отглагольного существительного, событийного имени (ОС), т.е. представляют собой либо декларативные ([*Младенец*] плачет), либо бытийные (Плач [*младенца*]) предложения. Эти предложения различаются в когнитивном плане с точки зрения выбора перспективы. В декларативных предложениях ситуация описывается с точки зрения ВЕЩИ (референта слова-стимула), а в бытийных – с точки зрения МЕСТА, т.е. только в декларативных предложениях внимание в момент порождения речи сфокусировано на референте слова-стимула.

Выбор перспективы связан с мотивированностью (актуальностью в ряду жизненных задач) слова-стимула для испытуемого, которая определяется его социальной позицией, в том числе и гендерным фактором.

Действие гендерного фактора непосредственно связано с социальной позицией респондента. Отмечено, что наличие мотивации к созданию семьи и воспитанию детей у студентов по сравнению со школьниками приводит к тому, что студенты обоего пола преимущественно выбирают такой способ порождения высказывания, при котором *младенец* находится в фокусе внимания (ЛФГ – 55%; ОС – 45%), тогда как все школьники предпочитают не фокусировать внимание на *младенце* (ЛФГ – 31%; ОС – 69%).

При одинаковом направлении изменения перспективы высказывания с появлением мотивации у студентов обоего пола, гендерная картина различается. У респондентов мужского пола наблюдается более резкий скачок. Количество высказываний, при построении которых референт слова-стимула находится в фокусе внимания (декларативных предложений), в студенческие годы у них возрастает с 25% до 57%, тогда как у респондентов женского пола это происходит более плавно – с 37% до 53%. Показательно также и абсолютное отсутствие подобных реакций-высказываний у многих школьников мужского пола.

С.А. Никифорова

ОБРАЗ СВЯТОЙ В РУССКОЙ ГИМНОГРАФИИ И АГИОГРАФИИ¹

Известно, что православный религиозный канон чрезвычайно редко обращается к образу женщины как к предмету повествования о высших ценностях средневекового человека. Однако и христианская традиция в целом, и православная, в частности, не исключают возможности увидеть в образе женщины не только мать, супругу-сподвижницу, но и праведницу, воительницу, благодетельницу. Интересным, на наш взгляд, может быть анализ способов представления женщины в текстах древнерусской гимнографии и среднерусской агиографии в силу как языковых, так и жанровых их особенностей.

¹ Исследование выполнено при поддержке РФФИ № грант № 02-07-90424-в, РГНФ, грант № 01-04-12027в

Так, в минейных канонических текстах, формульно, устойчиво характеризующих святого, ряд лексем, относимых к святой, несколько отличается от «мужского» лексического ряда (ПМ – *чьстная, прькрасная, чистая*). Русская агиография позволяет охарактеризовать мир женщины через сюжетную повествовательную линию, ряд действий, а следовательно, более широко, развернуто.

Методологическим принципом анализа должно стать следующее: святая представляется книжнику особой женщиной, образцом, а значит, ей присваиваются высокие (сходные с мужскими – ср. случаи совпадения лексических единиц в ПМ) аксиологические характеристики; ее действия понимаются как достойные подражания, но не общепринятые; а отказаться в своем аскетизме женщина должна от того, что присуще стандартной (для христианства сниженной по аксиологической шкале) женщине.

Проведенный нами анализ показал, что: 1) точкой отсчета в оценке праведности, добродетельности, доблести святой становится мужчина (ПМ – *побЕдила еси врага мужьскою льпотою съмыслно, мужьскы прьславьна, пелагия прьславная яко мужь страсти бжиею силою попьрала еси*); 2) праведность, добродетель не ценны сами по себе – они стали искуплением первогреха Евы (ПМ – *исправила еси прабабне евжино отпадение*); 3) отсюда, на наш взгляд, подробное повествование о пути женщины к святости – это множество подвигов, поразительное многообразие способов умерщвления плоти, в частности и особых, «женских», (ПУО – голод, испытание холодом, ореховая скорлупа в сапогах, отказ от *плотнаго совокупления* и т.д.); 4) система ценностей женщины средневековья отразилась в настоятельном требовании к ней отказаться от того, что присуще женщине в представлении мужчины (а значит, и общества в целом) – от драгоценностей, брака, плотских наслаждений, физической слабости и т.д. (ПМ *отвергъши женьнское неможение, ЖЕС – злато же и сребро и всякую тварь камение драгое и бисеры виде яко каль и скверьны суцяя ласкания сласти гнусоту узрЪ* и др.).

ПМ – Путятина минея XI в., ЖЕС – Житие Ефросинии Суздальской XVI в., ПУО – Повесть об Ульянии Осорьиной XVII в.

*В.А.Никольская*АНГЛИЙСКАЯ ПАРЕМИОЛОГИЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ
ГЕНДЕРНОЙ ТЕОРИИ

Пословицы – весьма ценный для анализа пласт фразеологии в плане выявления и описания культурных стереотипов, зафиксированных в языке.

Исследование английских пословиц и поговорок (640 единиц) показало, что большинство ФЕ ориентированы на дефиниции и оценки женщин с точки зрения мужчины, при этом акцент делается на таких традиционно приписываемых женщинам пороках, как болтливость, сварливость, глупость и хитрость.

В корпусе исследованных пословиц лишь 207 единиц имеют референтами женщин (29%). Такое соотношение можно считать свидетельством андроцентричности английского языка: женщине и ее деятельности исторически отведено гораздо менее значимое место в социальной жизни, между тем известно, что количество номинаций концепта в языке прямо пропорционально его культурной значимости для данного народа.

Кроме количественной асимметрии, исследованием выявлено, что женское мировидение представлено фрагментарно; социальные роли женщины весьма ограничены и в основном определены через мужчину – жена, невеста, вдова.

Однако говорить об отсутствии «женского голоса» в английской паремиологии неправомочно. В материале выборки зафиксированы пословицы и поговорки, выражающие женское мировидение/опыт/оценки (*A man is like a streetcar: if you miss one, there will be another one along in a few minutes*). В основном данные пословицы относятся к тем сферам общественной жизни, в которых участие женщин допускалось и приветствовалось (дом, семья, воспитание детей). В ряде пословиц и поговорок отражено критичное отношение к сильному полу и содержится своеобразный протест против мужского притеснения.

*Е.Ю.Новикова*ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ НАИМЕНОВАНИЙ ЛИЦ
ПО ПРОФЕССИИ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Анализ наименований лиц по профессии (далее НЛП), появившихся в новых социально-исторических условиях Германии в последние десятилетия, представляет значительный интерес также с гендерной точки зрения.

В 2002 году в издательстве Eichborn вышла книга У.Хитчфеля и У.Циммера «Handbuch Berufswahl 2002/2003». В ней авторы приводят список наиболее популярных и распространенных профессий современной Германии. Для обозначения мужских и женских НЛП используются характерные для немецкого языка словообразовательные элементы: *Bauzeichner/in*, *Kaufmann/frau*, *Technische/r Zeichner/in*, *Lackierer/in* u.a. Приводятся примеры профессий только мужских НЛП: *Maurer*, *Beton- und Stahlbetonbauer*, *Straßenbauer*, *Tiefbaufacharbeiter*. Следует отметить, что в справочнике официальных профессий «*Wer verdient wieviel?*», вышедшем в 1995 году, в области металлургии даются только мужские НЛП. Авторы «*Handbuch Berufswahl 2002/2003*» подчеркивают, что в настоящее время в этой сфере деятельности заняты также и женщины, что соответственно нашло отражение в языке: *Zerspanungsmechaniker/in*, *Metallbauer/in*, *Konstruktionsmechaniker/in*, *Beton – und Stahlbetonbauer/in* u.a. Привлечение женского труда на предприятиях, где раньше работали только мужчины, объясняется механизацией и автоматизацией производства, улучшением условий труда. Стремление женщин активно участвовать в трудовой деятельности общества, а также накопленный в течение предыдущего столетия опыт борьбы за равные с мужчинами права во всех сферах общественной жизни и выявленный в периоды политических и экономических катаклизмов значительный профессиональный потенциал создали объективные предпосылки для признания за женщинами права на экономическую независимость и снятие профессиональных «табу» (Федотова М.Е.).

Известно, что не только женщины заняты мужским трудом, но и мужчины обучаются профессиям, которые традиционно считаются женскими. По данным за 2000 год в Германии было 26545 поваров-мужчин и 11449 поваров-женщин, имеющих профессиональную подготовку (*Hitschfel, Zimmer*).

Лексико-семантическая группа, включающая наименования лиц по профессии, является одним из наиболее динамичных, постоянно изменяющихся фрагментов словарного состава, что объясняется как лингвистическими, так и социальными причинами.

И.Г.Ольшанский

ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГЕНДЕРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Зрелость научной дисциплины, высокая степень ее теоретической разработанности определяются тем, насколько обобщены ее результаты в той или иной форме лексикографической фиксации (словарь, глоссарий, справочник).

В 2002 г. вышел первый в России русскоязычный «Словарь гендерных терминов» (под редакцией А.А.Денисовой), содержащий 378 словарных статей, а также англоязычные терминологические эквиваленты.

Современная гендерология (теория и практика гендерных исследований) как междисциплинарная область интегрирует обширную информацию из целого комплекса гуманитарных наук, к которым относятся: философия, социология, антропология, политология, правоведение, литературоведение, лингвистика, психология, культурология и др. Коллектив авторов-энтузиастов объединения 49 ведущих специалистов из России и стран ближнего зарубежья.

Структура словарной статьи: термин, его варианты, синонимы, дефиниция или описательная характеристика понятий, комментарий, англоязычный эквивалент, библиография, фамилия автора. При отборе гендерных концептов действовали три критерия: важность понятия для системы терминов в целом; уровень просветительского потенциала понятия; закреплённость его в профессиональной речи. Словник не исчерпывает гендерную терминологию. Если исходить из принципа гнездового, только два ключевых концепта; феминистский...(как составная часть термина) и гендер/гендерный, -ая, -ое, -ые... заменяют примерно треть всего объема словаря.

Читая словарь по принципу гипертекста, можно приобрести фундаментальные и систематические знания, которые показывают, «какие роли, нормы, ценности, черты характера предписывает общество женщинам и мужчинам через системы социализации, разделения

труда, культурные ценности и символы...» (О.А.Воронина). Словарь способствует повышению гендерной грамотности нашего общества, институционализации отечественных гендерных исследований, установлению равенства прав и возможностей женщин и мужчин.

Как представляется, следующие этапы лексикографической разработки гендерных проблем – составление двуязычных и многоязычных словарей, расширение словника и углубленное представление материала, составление библиографических справочников, аннотированных списков литературы.

А.В.Олянич

ГЕНДЕР В МАССОВО-ИНФОРМАЦИОННОМ ДИСКУРСЕ (презентационные стратегии «женских» и «мужских» ток-шоу)

Бурный расцвет интереса к проблемам гендера на рубеже тысячелетий совпал с тотальной информатизацией современного мирового сообщества, что незамедлительно вызвало целый ряд коммуникационных и культурологических проблем, к решению которых приступили специалисты в разнообразных сферах гуманитарных наук. На стыке разнообразных онтологий сформировалось целое направление – гендерная лингвистика, вырабатывающая сегодня свое отношение к сходствам и различиям в структуре, содержании и ходе коммуникации двух ментальных и физиологических ипостасей Homo Sapiens.

В представляемом научной общественности докладе предлагается обсудить ряд проблем, которые как раз и располагаются в поле ответственности новой лингвистической дисциплины:

- гендерная специфика когнитивной структуризации полученной информации в ходе массовой коммуникации, ее системной переработки и использования в целях воздействия на социум;
- гендерные сходства и различия в содержании людической и драматургической компонент массово-информационного дискурса, определяющие дифференциацию дискурсивных моделей в средствах массовой информации (например, в телевизионных ток-шоу);
- наличие интегральных и дифференциальных параметров в презентационных коммуникативных стратегиях СМИ, определяемое спецификой мужского и женского коммуникативного поведения;
- этнокультурные особенности презентационных технологий в массово-информационном дискурсе США и России, детерминиро-

ванные гендерными характеристиками: сопоставление гендерно-обусловленных презентационных моделей ток-шоу Ларри Кинга – Опры (США) и Савика Шустера – Светланы Сорокиной (Россия);

– сенсация, скандал и конфликт в массовой коммуникации как дискурсообразующие сущности, обусловленные гендерной спецификой сознания и гендерно-специфичными ролевыми установками участников массово-информационного события;

– проблема возможности/невозможности достижения консенсуса и конвенции между разногендерными субъектами массовой коммуникации.

Е.С.Ощепкова

СТЕРЕОТИПНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О «МУЖСКОМ» И «ЖЕНСКОМ» ТЕКСТАХ В СОЗНАНИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

Одним из направлений развития гендерной лингвистики является исследование особенностей «мужской» и «женской» речи. Нам представляется, что эта проблема далеко неоднозначна, и чаще можно говорить не столько об «особенностях» речи, сколько о стереотипах «мужского» и «женского» текстов у носителей языка. Мы попытались проследить, насколько точно испытуемые смогут определить пол автора текста при его соответствии и несоответствии этим стереотипам, а также уточнить, что воспринимается носителями языка как «мужской» и «женский» тексты.

Для ответа на поставленные вопросы мы предложили испытуемым (мужчинам и женщинам, студентам вузов) девять текстов и попросили ответить на ряд вопросов, в частности, кем написан данный текст – мужчиной или женщиной. При этом испытуемые отвечали цифрой от -3 до +3: -3 (написан наверняка мужчиной), -2 (написан мужчиной), -1 (написан скорее всего мужчиной), 0 (текст может быть написан как мужчиной, так и женщиной), +1 (написан скорее всего женщиной), +2 (написан женщиной), +3 (написан наверняка женщиной), и писали, почему они так решили.

В качестве текстов нами были взяты начальные абзацы книг М.Влада «Красотка», Э.Мэтер «Ловушка Иуды», С.Шелдон «Гнев ангелов», В.Безымянного «Очищение тьмой», И.Хмелевской «Все красное», О.Уайльда «Портрет Дориана Грея», Стендаля «Красное и черное», Ж.Санд «Консуэло», Г.Мопассана «Жизнь».

Результаты эксперимента подтвердили нашу гипотезу о том, что испытуемые с легкостью определяют пол автора, если язык текста соответствует гендерным стереотипам о языковом поведении мужчин и женщин, и испытывают значительные затруднения, если стереотипы не подтверждаются.

Стереотипы о типично мужском и женском текстах, по мнению большинства испытуемых, состоят в следующем:

– во-первых, тематика: к женским текстам относят, прежде всего, любовные романы, а также произведения о женщинах (девочках), монастырях, отношениях внутри женского коллектива, к мужским – тексты про промышленность, охотников, рыцарей, бои, а также о жизни мужчины (мальчика);

– во-вторых, важную роль играет пол повествователя;

– в-третьих, для женского текста, по мнению многих испытуемых, характерны детальные описания, особенно чувств, внешности и одежды, определенная лексика (например, такие слова, как «красивый, модный», «мама», а не «мать»), а для мужского – резкий и грубый стиль, короткие предложения, мало описаний, больше действий, нежели рассуждений.

Таким образом, при определении пола автора носители языка в рамках нашего эксперимента действительно ориентировались на стереотипы «мужского» и «женского» текста, причем эти стереотипы часто не подтверждаются в реальности.

Е.В.Пивоварова

ОТРАЖЕНИЕ ГЕНДЕРНОГО АСПЕКТА В НОВОЙ НЕМЕЦКОЙ ЛЕКСИКЕ

Как уже неоднократно отмечалось лингвистами (Е.В.Розен, В.И.Заботкина, И.Г.Ольшанский), экстралингвистические факторы, а именно: изменения в общественно-политической сфере, социальной жизни общества, оказывают самое активное влияние на появление новых лексических единиц в языке, стимулируя тем самым его интенсивное развитие.

«Новая лексика косвенно отражает умонастроения общества, в частности, стремление «демократизировать» отношения между полами (гендерные отношения)» (Розен, 2000).

Активная борьба женщин за эмансипацию – *emanzipatorische Frauenbewegung* – повлекла за собой появление неологизмов, которые указывают на принадлежность деятеля к мужскому или женскому полу. Само слово Feminismus Е.В.Розен причисляет к семантическим неологизмам. Новый словарь иностранных слов (Compact Verlag München; 2000) представляет следующую дефиницию данного термина: “Frauenbewegung, die eine grundsätzliche Änderung der gesellschaftlichen Verhältnisse zu Gunsten der Rolle der Frauen anstrebt und gegen jede Benachteiligung der Frau kämpft”. К производным словам относятся: *die Feministin, feministisch, feminisieren*.

В статье “Wörter des Jahres 1986” Л.Кунч констатирует достижение движения феминисток: “Von Stunde an dürfen sich Frauen mit dem Dienstgrad Amtmann auch *Amtfrau* nennen”.

В 1987 г. были изменены формуляры переписи населения Германии: женщины могли указывать название профессий в женском роде при помощи суффикса –in: *Facharbeiterin, Richterin, Journalistin* и т.д. Затем было найдено следующее решение написания профессий: Richter+Richterin=*RichterIn*.

Возможность употребления названия профессий в женском роде была воспринята с иронией и в результате появились эмоционально окрашенные неологизмы, ироничные названия. Так, например, газета “Zeit” (№18, 1987) рассказывает о женском фестивале в Гамбурге: “das Nonstop-Programm mit *Aufführunginnen, Konzertinnen, Lesunginnen, Clownerinnen und Volksspektakelinnen*”.

В 1988 г. популярным для женщин-политиков Германии становится слово *die Quote*: равноправная представленность женщин в профессиональной жизни. Затем: Quotenregelung, Quotierung → *Quotenfrau* (Frau, die aufgrund der Quotenregelung in einer bestimmten Funktion tätig ist, eine bestimmte Position einnimmt) → иронично: *Quotilde*. В том же году появляется неологизм *Aufbruchfrau* (die Führende im Aufbruch 88 der Grünen).

В 1991 году еще продолжались дебаты по поводу большой буквы -I- в написании названий профессий, национальностей во множественном числе (*HistorikerInnen, OssetInnen, VolleyballerInnen...*), в настоящее время мы можем наблюдать, что данная форма укрепилась в языке.

Следует отметить появление большого количества новых сложных слов с компонентом –frau: *Parteifrau, Kauffrau, Staatsfrau, Schirmfrauschaft...* Интересно отметить, что словарь указывает два

значения слова *Karrierefrau*: die a) Frau, die dabei ist, Karriere zu machen, bzw. die eine wichtige berufliche Stellung errungen hat; b) (oft abwertend) Frau, die ohne Rücksicht auf ihr Privatleben, ihre Familie ihren Aufstieg erkämpft (hat).

Новое неопределенно-личное местоимение frau уже включено в словари Duden. Deutsches Universalwörterbuch и Wahrig.

Внимания заслуживают также неологизмы, выражающие пренебрежительное отношение к мужчинам, демонстрирующим свое превосходство над женщинами: *der Macho* (sich [übertrieben]männlich gebender Mann) от *Machismo* (übersteigendes Gefühl männlicher Überlegenheit und Vitalität); *der Chauvi(nist)* hat eine Art Männlichkeitswahn und sieht dementsprechend abwertend auf Frauen hinab. Появились также и названия для уверенных в себе женщин с компонентом Power – от англ. power – сила: *die Powerfrau, das Powermädchen*.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что движение феминисток в Германии наряду с его значительной ролью в общественно-политической жизни страны оказало также определенное влияние на возникновение новых слов в немецком языке и тем самым на появление новых тенденций в развитии немецкой лексики.

В.Л.Погребная

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРИМЕТЫ ЖЕНСКОГО ТВОРЧЕСТВА

(на материале романистики писательниц 1860-80-х гг.).

Попытки определения специфики женского творчества были приняты уже во второй половине XIX века критиками народнического и либерального толка. А.Скабичевский, П.Ткачѳв, Н.Шелгунов, М.Протопопов и др., выделяя такие особенности женской манеры письма как субъективность, лиризм, чувствительность, сентиментальность, рассматривали их как признаки, указывающие на несовершенство женского творчества по сравнению с мужским, тем самым отказывая женщинам-писательницам в таланте. Рецензии критиков-радикалов на романы Н.Д.Хвоцинской, С.И.Смирновой-Сазоновой, М.Вовчок отличаются необъективностью, предвзятостью, подчас грубостью и резкостью.

Помимо идеологических причин неприятия мужской критикой творчества писательниц, существуют причины эстетического, художественного плана. Многие «претензии» Н.Шелгунова, П.Ткачѳва,

А. Скабичевского строятся на неприятии женской природы письма. Немало раздражала критиков склонность писательниц к детализации, использованию, с их точки зрения, ненужных подробностей. Народнической критикой порицался и чрезмерный субъективизм, дидактизм и морализаторство писательниц. П. Боборыкин не был согласен с подобными оценками. Он выступил в защиту Хвоцинской в статье «Беллетристы старой школы (В. Крестовский-псевдоним)», подписавшись Б. Д. П. (Слово, 1879, № 7). П. Боборыкин впервые посмотрел на ее творчество с точки зрения отражения в нем женского опыта. Сегодня такой подход называли бы гендерным. Женщинам, считает автор статьи, в большей мере, чем мужчинам, свойственна субъективность. Именно поэтому они черпают сюжеты и мотивы преимущественно из своей жизни. Женщины-писательницы находятся в необычных, новых для себя условиях; борясь за свои права, они выступают в роли «защитника, адвоката, протестанта». Именно поэтому они вкладывают в уста действующих лиц свои мысли.

Лиризм, эмоциональность, искренность, непосредственность характерны более для женского творчества, нежели для мужского. Тон повествования в женской литературе, как правило, – доверительный. Исповедальному, искреннему тону способствует обильное использование писательницами писем, дневников, записок, воспоминаний, которые необходимо расценивать как характерные приемы раскрытия внутреннего мира героинь, формы их самовыражения. Ориентация на использование мемуарных жанров наблюдается уже в названиях некоторых женских романов. Так, Л. А. Ожигина, называя свой автобиографический роман «Своим путем, из записок современной девушки» (1870), сама указывает на форму «записок». А. А. Комарова поступает подобным образом. Известен ее роман «Одна из многих (из записок нигилистки)» (1880). Е. И. Конради называет свой роман «Исповедь матери» (1874) и т. д. Романистика писательниц 60–80-х годов XIX столетия носит, по преимуществу, автобиографический характер (романы Марко Вовчок «Живая душа», «В глуши», Н. Хвоцинской «Большая Медведица», Е. Конради «Исповедь матери», Н. Дмитриевой «На перепутьи» и др.), поскольку в ней они отразили некоторые вехи своего жизненного пути, свое собственное развитие. Женщины-писательницы, преимущественно, черпали сюжеты из своей жизни (иногда они изображали сами себя, примеры – роман Ю. В. Жадовской «В стороне от большого света»,

Е. П. Ростопчиной «Счастливая женщина»), изображали свой опыт «из души», «изнутри». Их произведения являются реализацией женской субъективности, отражением судьбы, эмоций, взглядов. Этим-то женские романы и ценны, любопытны, как непосредственное изображение жизненного пути культурной женщины дореформенной и пореформенной эпохи. Без женского творчества второй половины XIX века невозможно представить полную картину развития общественной жизни и культуры русского общества. Женская литература этого периода не была признана большинством критиков-радикалов не только из-за несоответствия «злобе дня», но и из-за своей специфичности, «непохожести» на мужскую. Следует заметить, что большинство критиков-мужчин до сих пор находятся под воздействием традиционных гендерных стереотипов, пристрастно относятся к женскому творчеству, не видят ценности в неожиданном для себя женском взгляде на мир. Женские способы художественного осмысления действительности и самовыражения не лучше и не хуже мужских, они просто иные. Каждый человек имеет право на выражение своей гендерной сущности – мужской или женской.

В творчестве писательниц 60–80-х годов XIX столетия ощутимо женское начало, которое характеризуется глубоким психологизмом в передаче тончайших нюансов в «движениях» женского ума и женской души, автобиографизмом, склонностью к чрезмерной детализации и использованию подробностей, проникновенностью, искренностью и исповедальностью тона, непосредственностью и свежестью. Манера письма этих писательниц отличается особой эмоциональностью, тонким лиризмом и субъективностью, которые являются художественными приметам женского творчества.

А. Н. Погребнова

ГЕНДЕРНАЯ СПЕЦИФИКА ВЕРБАЛИЗАЦИИ ЭМОЦИЙ У НОСИТЕЛЕЙ РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ

Целью исследования является изучение специфики проявления и вербализации у носителей русской культуры таких базовых эмоций как радость, грусть, гнев и страх. В задачи исследования входит установление гендерных различий в содержании, речевом овнешнении и оценке вышеперечисленных эмоций обусловленных сложившимися в обществе культурными стереотипами и гендерными ролевыми ожиданиями. В качестве метода исследования используется направ-

ленный цепной ассоциативный эксперимент. Соответственно предложенной анкете сформирована база данных в виде реляционных таблиц, ключевыми полями которых выступили предложенные четыре стимула, к которым неограниченными условиями эксперимента число цепных реакций находится в отношении много к одному. Структура базы данных позволяет производить многовариантный анализ материала и выявлять коррелируемые параметры, в том числе и в интерактивном режиме.

Материал для исследования был получен в результате проведения вышеупомянутого ассоциативного эксперимента, в котором испытуемым было предложено сосредоточиться на рефлексии о своем переживании следующих базовых эмоций: счастье (большая радость), грусть (печаль), гнев (негодование) и страх (ужас). Количество реакций на каждый стимул и их лексические параметры не ограничивались условиями эксперимента. После отбора нерелевантных анкет (19), отвергнутых по различным объективным причинам, количество анализируемых анкет составило 161, из них 74 мужских анкеты и 87 – женских. Всего на стимулы было получено 2,959 реакций, в том числе одинаковых и близких по смыслу. Весь объем реакций подвергся определенной формализации, а именно лексически подобные и грамматические инварианты реакций были объединены в кластеры и учитывались как одна единица, что позволило адекватно проводить анализ реакций, независимо от их инвариантности в анкетах. Таким образом, объем тезауруса – классификатора составил 1,293 разных реакций.

Анализ средневзвешенного количества реакций на четыре предложенных стимула с учетом пола респондентов позволяет сделать вывод о сформированности представления о смысле изучаемых эмоциональных переживаний в опыте носителей русского языка и свидетельствует, что наиболее сформированным и репрезентированным в индивидуальном опыте русских респондентов является представление о счастье (мужчины – 5.54 реакции, женщины – 6.39), за ним следуют грусть (4.24 и 5.01 реакции соответственно), гнев (3.73 и 4.41) и страх (3.34 и 3.86). Женщин отличает большая лексическая продуктивность, что, по свидетельству психологов, указывает на больший удельный вес в субъективном опыте индивида тех или иных эмоций. То есть мы можем сказать, что в среднем русским женщинам свойственно более глубокое осмысление и более экстенсивное вербальное овнешнение своего эмоционального опыта, чем мужчинам.

Вычисление уровня стереотипности реакций по методу А.А.Залевской (Залевская, 1979) показало, что у женщин стабильно по четырем стимулам он выше, чем у мужчин (ср.: «счастье» м. – 2.06, ж. – 2.2; «грусть» м. – 1.73, ж. – 1.81; «гнев» м. – 1.44, ж. – 1.71; «страх» м. – 1.64, ж. – 1.76). Определение показателей лексического разнообразия и лексического богатства по методу Ю.Н.Караулова (Караулов, 1994, 1996, 1999) дало следующие результаты: реакции женщин лексически более разнообразны, чем реакции мужчин (ср.: «счастье» м. – 0.51, ж. – 0.54; «грусть» м. – 0.42, ж. – 0.45; «гнев» м. – 0.3; ж. – 0.41; «страх» м. – 0.39, ж. – 0.43), но характеризуются меньшим лексическим богатством по трем стимулам, за исключением «страха» (ср.: «счастье» м. – 0.67, ж. – 0.59; «грусть» м. – 0.73, ж. – 0.71; «гнев» м. – 0.81; ж. – 0.77; «страх» м. – 0.73, ж. – 0.75). Исходя из приведенных показателей мы можем сделать вывод, что русские женщины более многословны в своих переживаниях, а мужчины более лаконичны, но в то же время и более оригинальны или индивидуальны в вербализации своих эмоций.

В.П.Пылайкина

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ КАТЕГОРИИ РОДА В ЯЗЫКЕ ДРЕВНЕАНГЛИЙСКОГО ПЕРИОДА (VII–XII ВВ.)

Категория рода, имевшаяся у имени существительного в языке древнеанглийского периода, отличалась большой неустойчивостью. Однако такое явление не характерно для одушевленных существительных со значением лица, за которыми в большинстве случаев закреплен определенный род. Наименования среднего рода малочисленны, и обозначают лицо, находящееся на стадии развития. Одушевленные существительные мужского и женского рода со значением лица являются той составляющей категории рода, которая обнаруживает социокультурный компонент уже в языке древнеанглийского периода.

Отнесенность наименования к мужскому или женскому роду основана на принадлежности лица к мужскому или женскому полу. Немотивированное использование рода чаще наблюдалось в отношении лиц женского пола, которые могли быть названы словами любого рода. Лица мужского пола обозначались, в основном, наименованиями мужского рода.

Совпадение рода существительного с полом лица, которое оно обозначает, позволяет выявить статусно-ролевые позиции мужчин и женщин в жизни общества древнеанглийского периода. Анализ семантических областей, которые выделяются среди наименований мужского и женского рода, показывает, что все ключевые позиции были заняты лицами мужского пола. Управленческо-политическая функция, функция защиты территории и жизни соплеменников, осуществлявшаяся мужчинами, находит отражение в развитой системе номинаций мужского рода, обозначавших правителей разного ранга и воинов. Существительные мужского рода отражают закрепленность за лицами мужского пола поста священника и высших должностей в иерархической структуре церковной организации, а также занятие квалифицированной профессиональной деятельностью. Лица женского пола представлены в семейно-матримониальной, профессиональной, и очень скромно в религиозной сфере.

Таким образом, уже в языке древнеанглийского периода функция родовых различий у одушевленных существительных со значением лица не сводится к обозначению биологического пола человека, а заключается в определении места представителей разного пола в жизни общества рассматриваемого периода. Распад категории рода, который датируется некоторыми учеными концом XII в., не повлиял на распределение социальных ролей, обозначенных одушевленными существительными со значением лица. Древнеанглийский период в развитии английского языка можно рассматривать как этап, на котором началось преобразование лингвистической категории рода в лингвокультурную категорию.

А.В.Рудакова

ИССЛЕДОВАНИЕ ГЕНДЕРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ КОНЦЕПТА «БЫТ»

Результаты психолингвистического исследования (свободный и направленный ассоциативные эксперименты, метод субъективных дефиниций, анализ оценочного восприятия лексемы и др.) показывают, что исследуемый концепт имеет гендерную специфику.

Гендерные особенности концепта «быт» проявляются в ядерно-периферийном восприятии, в особенностях образов УПК, кодирующих концепт в мышлении носителей языка, в оценке исследуемого концепта и др.

Ядерные когнитивные слои концепта – «Домашнее хозяйство, предметы домашнего обихода» и «Типичная бытовая деятельность» – актуальны в большей степени для женщин, чем для мужчин. Не выявлено явных гендерных различий в периферийных когнитивных слоях концепта, что свидетельствует об их абстрактности и периферийности для носителей языка, т.е. периферийные слои концепта характеризуются отсутствием гендерной специфики.

Яркие гендерные отличия проявились при анализе оценочного восприятия концепта «быт». При общей тенденции восприятия быта как «нечто положительного, хорошего» для мужчин быт не несет той отрицательной характеристики, которая отмечается у женщин. Различия в отношении к концепту связаны, видимо, с большей занятостью женщин в домашнем хозяйстве, «приземленностью» и рутинностью их труда. Мужчины же достаточно редко заняты в домашнем быту (традиции и обычаи разделения труда на «женский» и «мужской»), поэтому их отношение к данному концепту в большей степени положительное, чем у женщин.

Свободный ассоциативный эксперимент позволил выделить образы, кодирующие исследуемый концепт в сознании носителей языка, а также отметить их гендерные особенности. Для мужчин актуальными оказались образы, связанные с уютом: диван, телевизор, комфорт, отдых и др.; для женщин – образы типичной бытовой деятельности: кухня, посуда, кастрюля, уборка, мусорное ведро, цветы, чистота и др. Это еще раз доказывает, что для мужчин концепт «быт» связан с положительными ядерными образами, для женщин более актуальными являются негативные образы рутинного домашнего труда.

В целом можно сделать вывод, что концепт «быт» в своем ядерном строении более близок женщинам, чем мужчинам.

О.В.Рябов

ГАЛЛОМАНИЯ КАК ФЕНОМЕН РУССКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ: ОПЫТ ГЕНДЕРНОГО АНАЛИЗА

Доклад посвящен анализу репрезентаций гендерного порядка французской культуры, французских мужественности и женственности, а также изображения Франции как Марианны в русском национальном дискурсе. Мы исходим из того, что межкультурный дискурс является одним из важнейших ресурсов «создания гендера»,

а гендерный дискурс, в свою очередь, принимает активное участие в идентификационных стратегиях национального сообщества. Методологическую основу исследования составили идеи П.Бурдьё о символическом насилии, трактовка Р.Коннеллом гендерных концептов как гетерогенных и множественных и интерпретация межнационального дискурса как продуцирования форм культурного доминирования, разрабатываемая в рамках постколониальных исследований. Источниками послужили философские тексты русских авторов XIX–XX вв., а также военные плакаты и карикатуры периода Отечественной войны 1812 года (работы И.Теребенева и И.Иванова), Первой и Второй мировых войн (журналы «Новый Сатирикон», «Крокодил» и др.) и «холодной войны». В докладе исследуются функции гендерного дискурса в национальной идентичности, который, во-первых, играет роль механизма включения/исключения, конструирующего символические границы между Своими и Чужими, во-вторых, способствует установлению иерархий как между культурами, так и внутри них. Репрезентации французских мужественности и женственности используются для инаковизации внутренних Чужих: соответствие стандартам французскости (в том числе и в гендерном отношении) становится критерием «нормальности» («эталонности») в самом российском обществе. Делается попытка показать, как – в зависимости от исторического контекста и идентификационных стратегий российского национального дискурса – создание телесного канона (канонов) русской маскулинности достигалось через подражание или через противопоставление французским образцам. Результаты исследования призваны проиллюстрировать положение о контекстуальной обусловленности, подвижности, пластичности гендерных концептов.

Исследование выполнено в рамках проекта «Военный конфликт и гендер в культурных репрезентациях современного российского общества» (грант № 970-1214-2-03). Поддержка данного проекта была осуществлена Центром социологического образования Института социологии РАН совместно с «ИНО-Центром (Информация. Наука. Образование)» за счет средств, предоставленных Фондом Форда. Точка зрения, отраженная в данном документе, может не совпадать с точкой зрения доноров и организаторов Программы.

С.Ю.Селезнёва

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ЯЗЫКОВОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ
МЫСЛИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАМКАХ ТЕОРИИ
КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ
(английский язык)

1. В настоящее время, вследствие анализа языка прежде всего с антропологических позиций, рассмотрение отображения в языке мыслительной деятельности человека (МД) приобретает особую актуальность.

2. Настоящее исследование проводилось на материале англоязычной художественной литературы XIX–XXI вв., в рамках теории концептуальной метафоры (Дж.Лакофф, М.Джонсон, М.Тернер). В результате был выделен ряд метафорических концептов (МК), с помощью которых процессы МД отображаются в английском языке.

3. В процессе исследования особое внимание уделялось гендерному аспекту языкового представления МД. Была поставлена задача проверить следующие положения: 1) равномерно ли представлено отображение МД мужчин и женщин в англоязычной художественной литературе; 2) одинаков ли список МК, использующихся для отображения МД мужчин и женщин; 3) отличается ли реализация данных МК при языковом описании МД мужчин и женщин; 4) присутствуют ли различия в употреблении этих МК при рассмотрении их в диахронии.

4. На данном этапе исследования можно сделать ряд выводов. Во-первых, хотя для описания МД мужчин и женщин используется приблизительно один и тот же набор МК, наиболее употребительными среди которых являются: «контейнер», «предмет», «механизм», «персонификация» (в терминологии Дж.Лакоффа), описание МД мужчин и женщин различается как в качественном, так и в количественном плане. Так, характеристика МД мужчин в целом производится гораздо чаще и с употреблением большего числа живых авторских метафор, чем описание МД женщин. Кроме того, при описании МД мужчин и женщин в большинстве случаев наблюдается реализация разных сторон либо субконцептов одного и того же МК. В-третьих, анализ диахронического аспекта рассматриваемого явления позволяет заключить, что значительных изменений в выделенных выше закономерностях с течением времени не происходит.

5. На следующих этапах исследования предполагается продолжить проверку сделанных выводов, а также провести сопоставительный анализ отображения процессов МД с указанных позиций в разных языках.

М.В.Сергеева

ГЕНДЕРНЫЕ АСИММЕТРИИ И СТЕРЕОТИПЫ В ИЛЛЮСТРАТИВНЫХ КОНТЕКСТАХ СЛОВАРЕЙ

Анализ британских словарей середины XX века иллюстрирует положение феминистской лингвистики о том, что лексикографические источники отражают и воспроизводят сексистское употребление языка. Исследование проводилось на материале иллюстративных контекстов (ИК) авторитетного в 1940–50-е годы словаря “the Advanced Learner’s Dictionary of Current English” A.S.Hornby, изд. 1942, 1948, 1958 гг.(ALDCE), и имело целью проследить, как в данном источнике проявляются:

- незаметность женщин в языке;
- вторичность женского статуса по отношению к мужскому;
- стереотипическая репрезентация обоих полов, ведущая к ограниченности гендерных представлений.

Указанные черты реализуются в иллюстративных контекстах ALDCE следующим образом:

1. Впечатление незаметности женщин возникает из-за значительного численного превосходства ИК, относящихся к мужским референтам, а также вследствие употребления generic “he” и generic “man” (On a census-paper, a person writes his name, sex, etc/ We should judge a man by his actions).

2. Изображение женщин как имеющих подчиненный по отношению к мужскому статус создается, главным образом, за счет определенного порядка слов при перечислении представителей гендерных ролей и других социальных ролей (husband, wife and children; cf. teachers, parents and pupils).

3. Наиболее ярко в ИК проявляется стереотипизация женских и мужских образов. В ALDCE отражены представления о фемининности и маскулинности, типичные для своего времени: Politeness is an attribute of a gentleman/ Every woman should learn to cook. В отличие от женщины, мужчина присутствует в контекстах, относя-

щихся к большему числу семантических сфер, и представлен как человек, живущий в мире соревнования: He has no chance of winning/ He was not satisfied until he had crushed his enemies completely.

В пределах словарной статьи стереотипизация возникает за счет следующих факторов: а) в качестве ИК к некоторым лексемам преобладают мужские (ambition, clever) или женские контексты (beauty, blush); б) одну и ту же лексему могут иллюстрировать и мужские, и женские контексты, отражающие и воспроизводящие гендерные стереотипы (cf. He’s a brilliant scientist/She was wearing brilliant jewels).

И.Г.Серова

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ПАРАМЕТРИЗАЦИИ СОБЫТИЯ (на материале дискурса американских газет)

Концептуальному анализу событий посвящено множество исследований, в ходе которых были выделены закономерности их интерпретации. В отечественной лингвистике наиболее полно и всесторонне лингвистический анализ события представлен в работах Н.Д.Арутюновой и ее школы логического анализа языка (Арутюнова 1998, Радзиевская 1981, Романова 1979).

Осуществляя одну и ту же акцию, можно стать участником разных событий: для одной команды футбольный матч оканчивается победой, для другой – поражением: в этом смысле мы имеем дело с двумя «жизненными историями», которые должны рассматриваться как разные события. Согласно схеме параметризации событий, на которую мы опираемся в нашем исследовании, внутри понятия «событие» предлагается различать три разновидности: а) **событие как идею** – его аналогом является интенционал имени или дескрипции; б) **собственно событие**, или референтное событие – его аналогом является конкретный референт (экстенционал) имени; в) **текстовое событие** (Демьянков, 1983).

Гендерные особенности осмысления событий исследованы нами на основании газетных статей и интервью, являющихся непосредственной реакцией на нападение на здания Всемирного торгового Центра в Нью-Йорке.

Аналізу были подвергнуты тексты интервью и аналитических статей, опубликованные в американских газетах от 12 сентября 2001

года: “USA Today”, “Daily News”, The New York Times”, “Banjo Daily News”, “Telegram & Gazette”, “Maine Day”. В опросе участвовали люди разного возраста (от 14 до 77 лет), разного пола и социального статуса – от учащихся до известных государственных служащих, занятых в разных сферах деятельности. Корреспонденты обращались к людям прямо на улице. Для анализа были отобраны 247 интервью мужчин и 228 высказываний женщин.

И мужчины, и женщины были единодушны в категоризации события – это война: *this is a strike against our country..; it was like we were going to war..; this is war. This is no joke.*

Рассматривая некоторые образцы мужской и женской речи, мы попытались выявить различия в восприятии явлений и событий, которые, как мы полагаем, иллюстрируют дифференциацию в работе человеческого сознания, обусловленную таким важным биосоциальным фактором, как гендер. В зависимости от интерпретирующего субъекта, текстовое событие актуализирует те или иные параметры эпизода – явление, которое мы попытались описать на материале устных интервью и статей американских мужчин и женщин, комментирующих события 11 сентября 2001 года в Нью-Йорке. Проведенный нами анализ позволяет утверждать, что при одинаковой категоризации данного происшествия женщины были склонны к динамической модели репрезентации события, акцентируя морально-этическую сторону происшедшего и рассматривая его с точки зрения влияния на жизнь близких им людей, одновременно придавая большое значение своему эмоциональному опыту.

Мужчины актуализировали такие параметры происшествия, как квантифицируемость, причинность и ролевые функции участников события. Они уделяли значительное внимание пространственно-временной локализации события, рассматривая его в целостности, а не по фазам. Мужчины также пытались придать ситуации большую агентивность, упоминая о своих активных действиях, пытаясь выступить в роли эксперта и говорить от имени всей нации.

Несколько иные данные были получены при исследовании аналитических статей, написанных журналистами-женщинами и журналистами-мужчинами. В этих статьях обнаруживается, при сохранении общей тенденции, некоторое нивелирование различий по сравнению с устными интервью и большая акцентуация параметров мужской модели.

А.Ф.Сизова

ПРОБЛЕМА ВЛАСТИ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПЕРЕВОДЕ: ФОРМИРОВАНИЕ И СУБОРДИНАЦИЯ

Связь психоанализа и литературоведения продуцирует множество революционных взглядов на литературные произведения, которые рассматриваются как результат взаимодействия сознательных и бессознательных психических процессов. Среди основных работ по проблематике власти можно назвать книгу М.Фуко «Воля к истине: По ту сторону власти и сексуальности», книгу Д.Батлер «Психика власти: теории субъекции», публикацию С.Ушакина «После постмодернизма: язык власти или власть языка» и т.д. Теория психики власти, изложенная в вышеуказанной книге Д.Батлер, исследует механизм задействования властью частных чувственных переживаний субъекта. Согласно автору, субъект, который одновременно формируется и субординируется, уже предполагается на сцене психоанализа. Переводя данное высказывание в пласт переводоведения, мы получаем следующий вывод: переводчик как субъект творческих решений является эпицентром интереса в плане исследования факторов, влияющих на его художественное творчество и его становление в процессе этого творчества. Исходя из данного положения, одной из целей нашего исследования является анализ особенностей творческих решений переводчика, влияющих на процесс его субъективации по отношению к автору и читателю. В качестве иллюстративного материала нами использованы поэтические произведения Лины Костенко в оригинале и англо- и русскоязычных переводах.

В данном контексте нам представляется возможным рассмотрение не только диады автор-переводчик или переводчик-читатель (и в том, и в другом случае можно говорить о власти одних и подчинении других), но и более сложной триады автор-переводчик-читатель (что тем более подразумевает определенную иерархию власти). Подобный анализ позволяет сделать следующие выводы: рассмотрение грани отношений автор-переводчик на практике подтверждает заранее предсказуемую субординацию, «вторичность» переводчика, не имеющего возможности проявить свою творческую индивидуальность на уровне автора. Власть, налагаемая здесь на субъекта, составляет инструмент становления самим же субъектом (границы, в которые поставлен переводчик автором, формируют творческое решение переводчика). Предсказуемым выдается и соотношение пере-

водчик-читатель, хотя субъект власти в данном случае может меняться: переводчик волен формировать взгляды целевой аудитории оприусствованно (а также и на подсознательном уровне) с помощью языковых средств, и сам читатель (а именно направленность на него) становится определяющими, контролирующими в создании нарратива переводчиком. Наконец, соотношение автор-переводчик-читатель является наиболее сложным поскольку, в зависимости от характера роли переводчика как посредника, читатель может подчиняться непосредственно власти автора (в случае, если присутствие переводчика в тексте практически незаметно) или же испытывать субъекцию (субординацию и становление субъектом одновременно) тогда, когда переводчик выступает как сильная личность, как авторитет в посредничестве между оригиналом и читателем. В этом случае во время переводческого акта переводчик может не только испытывать на себе власть автора, подчиняясь ему, но и становится его сотворцом, реализуя определенную свободу собственной власти над читателем.

Ю.Н.Сироткина

ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ДЕТСКОЙ РЕЧИ

(о разных путях усвоения языка)

Каждый ребенок постигает родной язык своим собственным путем (Цейтлин 2000: 42–48). Различия определяются объективными факторами; к ним относятся факторы биологические: многое в речевых способностях зависит от времени созревания у детей отдельных отделов мозга, ответственных за функции усвоения и порождения речи. Огромную роль в усвоении речи играет так называемый тип функциональной межполушарной асимметрии мозга. На овладение ребенком родным языком влияет и речевая среда, определяющая объем и характер того, что называется инпутот. Под инпутот понимают обычно всю в совокупности речевую продукцию взрослых, которую воспринимает или может воспринимать (отнюдь не все ему доступно) ребенок.

Большой вклад в изучение индивидуальных различий между детьми в области речевого развития внесла американская исследовательница К.Нельсон (Nelson, 1973). Она выделила две категории детей: первую назвала референциальной, а вторую – экспрессивной. Лексикон первых включал преимущественно предметные слова, т.е.

нарицательные существительные. Словарь вторых являлся разнообразным, включал слова из самых разных лексических групп. Референциальные дети увлечены развешиванием ярлыков на различные объекты, экспрессивные стремятся использовать язык для регуляции собственной деятельности и установления контакта с другими людьми. Некоторые дети занимают как бы срединное положение. Однако крайние в этом ряду, т.е. максимально референциальные и максимально экспрессивные, так разительно отличаются друг от друга, что это дает основание думать о двух принципиально разных тактиках усвоения языка.

Различие между двумя типами детей прослеживается в области грамматики, фонетики, коррелирует с полом и образовательным уровнем родителей.

Первый тип (референциальный)	Второй тип (экспрессивный)
Высокий процент существительных	Низкий процент существительных среди первых 50 слов
Имитация существительных	Имитация всех слов
Употребление только слов, имеющих смысл	Употребление и бессмысленных слов
Использование прилагательных	Отсутствие прилагательных в лексиконе
Быстрый рост словаря	Медленный рост словаря
Долгое использование неизменяемых слов	Раннее изменение слов
Долгое обозначение себя в третьем лице	Раннее употребление «я» (о себе)
Отсутствие «замороженных фраз»	Наличие «замороженных фраз»
Имитации меньше, чем говорения	Имитации больше, чем говорения
Употребление больше повествовательных предложений, чем побудительных	Употребление больше побудительных предложений, чем повествовательных

Замечено, что референциальными чаще всего бывают девочки, экспрессивными – мальчики.

В исследовании планируется также подробное рассмотрение становления такой синтаксической категории, как отрицание, в речи русскоязычных детей в зависимости от половозрастных особенностей.

Г.Г.Слышкин

НАИВНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ АНЕКДОТОВ (ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ)

1. Переход анекдота из группы сугубо устных жанров в разряд записываемых и публикуемых текстов, появление в Интернете сайтов, содержащих обширные коллекции анекдотов, спровоцировали появление наивных классификаций анекдотов, направленных на облегчение хранения и поиска текстов, зафиксированных в электронном или бумажном виде. Как правило, в качестве основания классификации рубриками выбираются элементы содержания. Для обозначения групп анекдотов используются различные характеристики персонажей, включая собственные имена – *о Штирлице, о Брежневе, о чукче, о милиционерах, о жадинах, о лысых, о любовниках*; место действия или название общественного института – *о театре, о транспорте, о тюрьме, о необитаемом острове*; сфера действия – *о спорте, об охоте, о сексе*; пародируемые тексты – *о мультфильмах, о сказках, о Библии* и т.д. Среди прочих выделяются анекдоты о женщинах и о мужчинах, иногда называемые *мужскими* или *женскими* анекдотами. Анекдоты о женщинах более дифференцированы. Например, часто встречаются рубрики *женщина за рулем* и *женская логика*.

2. Наивным сознанием также фиксируется существование анекдотов, отражающих женскую картину мира. Ср. высказывания из Интернет-форумов: *Ирина, это же чисто женский анекдот!*; *Анекдот женский, но не стервозный, а бывают куда более стервозные женские анекдоты, могу рассказать*. Анекдот, содержащий мужской взгляд на жизнь, считается нормой. Употребления выражения *мужской анекдот* в значении «анекдот, выражающий мужскую систему ценностей» довольно немногочисленны. Женский анекдот является для современной культуры лакунарным – потребность в нем есть, а тексты отсутствуют. Так, на одном из женских сайтов помещено объявление: *К сожалению, практически все анекдоты рассчитаны*

на мужчин. Мне с большим трудом удалось отобрать десяток. Если у вас есть хороший, женский анекдот пришлите, пожалуйста. Анализ русскоязычного анекдота, классифицируемого наивным сознанием как женский, показывает, что перед нами либо переводные западные тексты, либо трансформированные мужские анекдоты, в сюжете которых произведена элементарная замена персонажей.

3. Наивная классификация анекдотов на мужские и женские производится также по признаку наличия или отсутствия обценной лексики: *Это мужской сальный анекдот, который хорош в небольшой компании; Хотите анекдот рассказать? Без мата, чисто женский!; Можно пошлый мужской анекдот?*

Т.И.Снегова

О ГЕНДЕРНОЙ СТЕРЕОТИПИЗАЦИИ ОБРАЗА ЮРИСТА

Как известно, гендер проявляется в стереотипах, фиксируемых языком, в речевом поведении индивидов, осознающих себя лицами определенного пола. Гендерные стереотипы являются частным случаем стереотипа и обнаруживают его свойства как, например, устойчивость, категоричность, упрощенность, доходчивость, избирательность, обобщенность, эмоциональность и другие. Под гендерными стереотипами понимают стандартные мнения о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов той или иной социальной группы или отдельных лиц данной группы. Гендерная стереотипизация фиксируется в языке на всех его уровнях и тесно связана с формами выражения оценки (Кирилина, 1999).

К стереотипным следует отнести и ритуалы, поскольку они воспроизводят принятые в обществе нормы, статусные отношения и формируют круг ожиданий людей относительно мужского и женского поведения, внешности, одежды и т.п.

В рамках исследуемого нами газетного материала, могут быть выделены следующие характерные черты, формирующие образ женщины-юриста. Так, при описании внешнего облика женщины-юриста, отмечается, что женщина «при исполнении», тем не менее, остается женщиной «Иногда женщины-судьи появляются в суде в пестром, кричащем наряде, не соответствующем месту, где осуществляется правосудие». В поведении женщин-юристов, порой отмечают а) непредсказуемость «Судья отказалась удовлетворять требование адво-

ката безо всякой формулировки»; б) эмоциональность «Весь зал вытирает слезы, судья едва сдерживается», «Судья возмущалась, что истец ходит на заседание без адвоката»; в) личное участие «Судья пытается успокоить женщину, но с трудом находит слова», «Судья советовала истице приобрести обогреватель»; г) непреклонность «Мы полчаса упрашивали судью перенести прения хотя бы на завтра», «Ходатайство преждевременно – вот ее неизменный вердикт на любую просьбу».

В силу того, что оценка женщинам-юристам дается с мужской точки зрения, рассмотрение гендерной проблематики призвано ответить на вопрос о том, насколько значима зависимость между гендерной принадлежностью автора и особенностями употребления им структур языка и речи, а также содержательным аспектом видения образа представительниц противоположного пола, принадлежащих определенной социальной группе.

Е.Г.Соколинская

СПОСОБЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ ГЕНДЕРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ДИСКУРСЕ ЧАТА

Возникновение виртуальной среды, как принципиально нового вида среды существования человека, привело к формированию новых дискурсивных практик. Что же представляет собой возникающий специфический дискурс? В чем его особенности и каково его влияние на формирование виртуальной идентичности? И, наконец, каковы способы конструирования гендерного аспекта виртуальной личности в процессе синхронной коммуникации в Интернет среде? Вот ряд тех вопросов, которые нам хочется осветить в данном докладе.

Прежде всего, мы хотим остановиться на определении электронного (или виртуального) дискурса и описании его разновидностей. Под виртуальным дискурсом мы подразумеваем ряд электронных текстов в ситуации реального общения, особый вид деятельности и существования в виртуальном пространстве.

Если взять основные типы электронного дискурса, то мы различаем Веб-дискурс, дискурс электронной почты, а также дискурс асинхронного (форумы, гостевые комнаты) и синхронного (чаты, айсикью, игры) общения в Интернет – среде. Если Веб-дискурс (в большей мере) и дискурс электронной почты (в меньшей мере) очень

близки к письменной речи, то в асинхронном и, особенно, в синхронном общении в виртуальном мире ярко проявляются особенности нового вида дискурса, соединяющего в себе признаки устной и письменной речи. И именно дискурс чатов, как основной вид синхронного электронного дискурса, с нашей точки зрения, оказывает наиболее яркое влияние на формирование виртуальной идентичности. Основными способами конструирования виртуальной идентичности, которые мы здесь выделяем, являются следующие:

- стратегии общения,
- структура высказывания,
- лексические и грамматические особенности речи,
- невербальные средства общения.

Особо следует подчеркнуть, что исследования общения в виртуальной среде Интернет показывают, что именно гендерная принадлежность является важнейшим аспектом виртуальной личности. Она не только формируется при помощи дискурса, но, в свою очередь, оказывает влияние на электронный дискурс, т.е. мы можем говорить о взаимном влиянии гендерной идентичности и электронного дискурса.

И.В.Соловьёва

ГЕРОЙ ДЕТСТВА КАК ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ И ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ

В докладе рассматривается использование образа героя детства как средства саморепрезентации. Исследование проводилось на материале брачных объявлений, опубликованных в газете «Die Zeit» (2003). Данный тип объявлений своеобразен по структуре и содержанию, так как представляет собой оформленные в таблицу ответы авторов на несколько вопросов анкеты, среди которых и вопрос о герое/героине детства (Held/in meiner Jugend). В отличие от традиционных брачных объявлений, где основное внимание уделяется социально-демографическим и физическим характеристикам автора, рассматриваемые тексты содержат также информацию об общей направленности личности и ее ценностной ориентации. Образ личностно-значимого героя позволяет аудитории составить представление об авторе, его интересах, жизненных установках, а также несет информацию о чертах характера и качествах идеального партнера.

Изучение гендерной принадлежности героев, анализ идеографических групп, сравнение авторских предпочтений позволяют судить о социальных и гендерных стереотипах в современном немецком обществе.

Л.А.Ставицкая

ГЕНДЕРНО ОТМЕЧЕННЫЕ НОМИНАЦИИ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО СЛЕНГОВОГО СЛОВОУПОТРЕБЛЕНИЯ

(на материале украинского и других славянских языков)

Гендерная специфика субстандарта в системе различных языков остается актуальной и малоизученной проблемой. Несмотря на традиционно высокий научный интерес к изучению жаргона, природы жаргонной коммуникации, остаются нерешенными кардинальные проблемы гендерной лингвистики в плоскости жаргонологии: гендерные признаки сленговой картины мира, образ мужчины и женщины в ней, лексические средства выражения многогранного спектра отношений между полами и др. Автор настоящей статьи является составителем первого в Украине словаря жаргонной лексики, который вышел в свет летом этого года; собранный лексический материал из текстов художественной литературы, печатных СМИ, анкетирования, записей живой украинской речи, привлечение словарей русского, польского, чешского сленга – все это дает возможность осветить как национально специфические, так и универсальные закономерности функционирования гендерно отмеченных номинаций в жаргонной коммуникации, а также типизированных и единичных метафор как источника номинаций обоих полов и отношений между ними.

В докладе рассматриваются типизированные парадигмы, в структуре которых анализируются отдельные номинации с учетом типологии вышеупомянутых языков: женщина – животный мир, тело, мясо, обувь; предмет, поглощающий жидкость и др.

Относительно образа мужчины в сленге отмечается умеренность негативных и презрительных оценок, адресованных «сильному полу». Только криминальный жаргон с его человекофобной установкой отличается обилием уничижительных слов-оценок, относящихся к мужчине. В докладе анализируется синонимический ряд номинаций, обозначающих сексуально озабоченного мужчину, а также глагольный ряд половой сферы.

И.А.Стернин

ПРОБЛЕМА ОПИСАНИЯ ГЕНДЕРНОГО КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Под коммуникативным поведением понимается совокупность норм и традиций общения народа, возрастной, профессиональной и т.д. группы. Гендерное коммуникативное поведение выступает как один из видов социально обусловленного коммуникативного поведения и как таковое требует систематизированного описания.

Разработана модель описания национального коммуникативного поведения, которая предполагает последовательное описание коммуникативного поведения народа по системе фактор – параметр-подпараметр – коммуникативный признак.

Представляется, что эта модель может лечь в основу систематического описания гендерного коммуникативного поведения, при этом мужское и женское коммуникативное поведение будут описываться отдельно, но на фоне друг друга, при соблюдении принципа контрастности. Выделяемые параметры будут характеризовать коммуникативное поведение мужчин в сопоставлении с женским коммуникативным поведением, и наоборот.

Основными факторами, систематизирующими описание гендерного коммуникативного поведения, являются: общительность, коммуникативная эмоциональность, вступление в контакт, характер поддержания коммуникативного контакта, характер выхода из коммуникации, коммуникативная приветливость, коммуникативный демократизм, коммуникативная самоподача, этикетность общения, коммуникативное давление, коммуникативный контроль, тематическая направленность общения, дискуссионность, предпочитаемый круг общения и тип собеседника, ориентация на собеседника, коммуникативная дистанция, физический контакт, соотношение вербального и невербального общения, жестикауляция, мимика, громкость, темп общения.

М.М.Тарасов

ГЕНДЕРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ПОСТСТРУКТУРАЛИСТСКОЙ ФИЛОСОФИИ

В докладе рассматриваются вопросы возникновения гендерных исследований в поле постструктуралистской философии.

Постструктурализм, исходя из представления о языке как глобальной и универсальной в своих проявлениях категории, поставил целый ряд новых проблем и создал новый категориальный аппарат, построенный, главным образом, на лингвистической терминологии. Постструктурализм противопоставил себя классическим канонам науки и философии и углубил языковую составляющую в гуманитарных исследованиях. Постановка таких проблем в данном течении, как лингвосоциальное регулирование, экзистенциальный статус автора и субъекта, симуляция, интер- и гипертекстуальность и многих других, привела к новому пониманию языка. Язык был провозглашен основным культурно-аксио-историческим детерминантом.

Названные инновации оказали существенное воздействие на развитие лингвистики, расширение ее границ и принципы научного анализа, что повлекло за собой возникновение новых исследовательских направлений, изменение категориального аппарата, обусловив возникновение новых направлений в языкознании. Одним из таких направлений стали лингвистические гендерные исследования.

Осознание базовых положений постструктурализма позволило релятивизировать понятие пола и приписать ему статус дискурсивной категории.

М.Ю. Тимофеев

«ВОДКА МУЖСКОГО РОДА»:
ГЕНДЕРНАЯ СЕМАНТИКА НАЗВАНИЙ И ВИЗУАЛЬНЫХ
РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННЫХ КРЕПКИХ
АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ РОССИИ

Крепкие спиртные напитки традиционно позиционируются как «мужские», и потенциальными потребителями водок и горьких настоек, к анализу которых мы обратимся, являются, прежде всего, мужчины. За истекшее десятилетие номенклатура выпускаемой алкогольной продукции увеличилась многократно. Мы проанализировали 2072 названия крепких алкогольных напитков (водок, горьких настоек, бальзамов), выпускавшихся в 1992–2003 годах на 293 предприятиях в 74 субъектах Российской Федерации.

Репрезентация маскулинности совершается через обращение к видам деятельности, маркируемым в гендерной картине мира как мужские. Это, прежде всего, военная служба и ее инварианты. Сюда

же можно отнести события военной истории и ее легендарных и мифологизированных персонажей, а так же тему оружия. Широко представлены в названиях отечественные варианты рыцарского и буржуазного этосов: «казачьи» и «купеческие» названия. Зафиксированы в названиях и культурные стереотипы типичных для мужчин способов проведения досуга, «канонизированные» в кинокомедиях А.Рогожкина о национальных особенностях охоты и рыбалки. Широкая сфера национальных особенностей потребления алкоголя, богатая эвфемизмами, также не обойдена вниманием.

Доминирование «мужского» дискурса в водочной семиосфере связано с поиском производителями постоянных потребителей в пределах мужских субкультурных сообществ с помощью апелляции главным образом к семантике отечественной культуры. Российский мужчина, потребляя любой крепкий алкогольный напиток, подтверждает не только свою гендерную, но и национальную идентичность.

М.В. Томская

КОНСТРУИРОВАНИЕ ГЕНДЕРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ
В ЯКУТСКОМ ГЕРОИЧЕСКОМ ЭПОСЕ

Исследование гендерных аспектов языка и коммуникации неизбежно приводит к проблемам разработки методологии лингвистической гендерологии. В этой связи представляется правомерной апробация уже выработанных положений гендерной лингвистики на материале языков, ранее в гендерном аспекте не рассматривавшихся, в частности, на примере якутского языка.

Целью исследования является анализ механизмов конструирования гендерной идентичности персонажей отдельных фольклорных источников, а также выявление национально-культурной специфики концептов мужественности и женственности, представленных в концептосфере якутского народа. Для исследования были привлечены методы анализа внутренней формы, семантический, контекстологический и другие виды анализа, которые позволяют реконструировать стоящие за языковыми единицами концепты мужественности и женственности, зафиксированные в сознании носителей якутского языка.

Олонхо – якутский героический эпос – занимает в жанровой системе якутского фольклора центральное место, поскольку в нем синтезировано все лучшее, что было достигнуто духовной культурой якутов. Это способствовало тому, что якутский эпос стал ключом к пониманию самобытной якутской культуры, а также образа мышления носителей якутского языка. Одним из основных сюжетов олонхо является борьба богатыря со злыми духами – абааһы. Героем-защитником часто выступает Нюргун Боотур Стремительный, о котором сложены олонхо во многих вариантах. Что касается женщин-богатырок, следует отметить незначительное число эпосов, в которых они являются защищающими свой род и племя героинями, особняком среди них стоит богатырка Кыыс Дэбэлийэ. Нами были отобраны для анализа два эпоса – «Кыыс Дэбэлийэ» и «Нюргун Боотур Стремительный», героями которых являются женщина и мужчина соответственно.

Проведенный анализ показал, что в конструировании гендерной идентичности героев участвуют как вербальные, так и невербальные средства, в том числе личные имена, речевые действия персонажей, описание их поведения и т.д., которые отражают статус, социальную роль, личную характеристику героев. Национально-культурная специфика концептов мужественности и женственности проявляется, например, в традиционном описании внешнего облика героев, воспроизводящего национальные стереотипы женской и мужской красоты и т.д.

Якутский язык в силу географической обособленности и продолжительной изоляции от влияния других культур сохранил отдельные архаические черты, которые позволяют реконструировать культурные концепты, отражающие национальные особенности миропонимания.

Е.И.Трофимова

ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЛИТЕРАТУРНОГО КАНОНА

Термин «литературный канон» может трактоваться двояко. Его можно рассматривать как присущие определенной стилиевой эпохе закономерности построения литературного текста, архитеконику произведения, которые предписывают некие основные принципы его

внутренней организации (к примеру, правило трех единств в классицизме). Однако существует и иное понимание этого термина, подразумевающее существование в общественном сознании некой совокупности авторских имен и произведений, воспринимаемых как наиболее адекватные манифестации культурного континуума в литературе. Именно такое понимание канона рассматривается в данной работе.

В более широком социальном приложении канон из закона превращается в предписание, инструкцию, канонический список, который вводит императивную оценку своих элементов. Эти дефинитивные метки, подсказывающие, какое место в литературной иерархии занимает то или иное имя, через систему образования, СМИ и прочие информационные каналы внедряются в общественное сознание. Таким образом, если юридический закон постулирует правила поведения, то литературный канон – правила восприятия и оценки, то есть имеет очевидный аксиологический характер.

На формирование литературного канона оказывают влияние не только чисто литературные процессы, в нем фиксируется состояние культуры в самом широком смысле ее понимания, в том числе и гендерная составляющая, т.е. полоролевых установок. Существовавшая на протяжении многих веков гендерная цензура как одна из ипостасей осуществления маскулинистской власти, выработала множество приемов по достижению доминанции мужского в литературном каноне. Для «вымыывания» или замалчивания женских имен использовался обширный арсенал средств: от философских, лингвистических и естественнонаучных спекуляций до приемов дискредитации, присущих низовым практикам социума. Рассмотрению различных проблем, связанных с такого рода манипуляциями, посвящена настоящая работа.

А.А.Трубченинова

МЕХАНИЗМЫ АКТУАЛИЗАЦИИ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В ГАЗЕТНОМ СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ

(на материале немецкой прессы)

Большой спорт как зрелище, будучи одним из важнейших проявлений современной массовой культуры, обладает мощным развлекательным потенциалом. Последнее является необходимым условием

для презентации спортивных состязаний в современной медиасфере, в том числе и в газетном дискурсе. Организация спортивного события и его последующая текстуализация в газете выступают инструментом социальной переработки информации в формировании ценностей, нормативных образцов поведения, включающих в себя и гендерные стереотипы.

Под гендерными стереотипами мы понимаем сформировавшиеся в культуре данного общества представления о мужественности и женственности, подразумевающих мнения о качествах, атрибутах и нормах поведения обоих полов. Гендерная стереотипизация фиксируется в языке и тесно связана с выражением оценки (Кирилина, 1999).

Анализ современной немецкоязычной газетного спортивного дискурса показал доминирование информации о спортсменах-мужчинах, что поддерживает представление о большом спорте как о преимущественно мужской сфере деятельности. При создании образа мужчины-спортсмена в информационных комментариях (ИК) акцентируются прежде всего физические данные, мастерство, психологические качества, описание которых включает оценку: *ein muskulöser Athlet, ein Kugelkünstler, atemberaubende Schusstechnik*. Иногда для этого используется концептуальная метафора: *Raketen-Aufschläge, ein Stehaufmännchen, ein Hammer-Mann*. Агрессивность, умение подавить соперника (*Ballkünstler mit Verdrängungspotential, furchteinflößend*) выходят в мужских игровых видах спорта на первый план и оцениваются, как правило, положительно. Помимо этого важную роль играет интеллект спортсменов (*ein Profi mit Kopf*). В визуальных компонентах ИК спортсмены-мужчины чаще всего представлены в действии, с тем, чтобы подчеркнуть еще раз их силу и атлетизм.

Физическая сила становится в наше время важнейшим атрибутом и женского спорта, о чем свидетельствует частота употребления лексем *stark, Kraft* для презентации спортсменок. Это подтверждает тот факт, что стереотипы мужественности и женственности не напрямую связаны с биологическим полом. Помимо анализа чисто спортивных качеств спортсменок оценивается внешность (*die sympathischste Spielerin der ganzen Szene, die zierliche Verteidigerin, ein raffiniertes weißes Korsettkleid*), обращается внимание на семейное положение (*Mutter, Tochter*), что говорит о поддержании традиционных взглядов на социальную роль женщины. Фотоснимки спортсменок также ориентированы на то, чтобы показать их красоту и сексуальность.

Вышесказанное позволяет говорить о важной роли газетного спортивного дискурса в конструировании доминантных моделей мужественности и женственности в современной массовой культуре.

Е. С. Узенёва

ЖАРГОН И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О ЖЕНСКОМ И МУЖСКОМ ПОЛЕ

(на материале современного болгарского языка)

Доклад посвящен анализу жаргонных выражений в болгарском языке, касающихся обозначений женщин и мужчин. В качестве источников материала послужили исследования по болгарскому молодежному жаргону, словарь жаргонных выражений (250 единиц) и диалектные словари различных областей Болгарии, содержащие интересующую нас лексику, и собственные записи.

Анализ показал, что представления о полах в городской и сельской среде несколько различаются. В традиционной культуре, господствующей в селе и принадлежащей к балканскому культурному ареалу, основанному на патриархальной модели, женщина символически соотносится с природой и рассматривается как более близкая ей в биологическом, социальном и психологическом аспектах и нуждающаяся в «культуризации» и «социализации». Мужчина, в свою очередь, как «деятель культуры», призван «работать» над объектом природы (женщиной), т.е. оценивать, ограждать ее, работать для нее и над ней. Поэтому сельский жаргон дает оценку женщины и ее поступков, отходящих от нормы, определенной мужчинами, и фиксирует, главным образом, отрицательные образы (прелюбодейка, распутница, бездетная) и действия «слабого» пола. Тогда как осуждение мужчины и его поступков почти не закреплено в языке.

Городская среда, напротив, выявляет тотальное преобладание жаргонизмов, оценивающих качества (главным образом умственные – ‘глупый, невоспитанный, бесталанный’) мужчины, его национальное (цыган, валах, *джигитаец* ‘азиат’), социальное, территориальное (зунландец, *абориген* ‘житель села, провинциал’) или профессиональное происхождение (*болтаджия* ‘военный’). Отрицательная оценка дается всему «деревенскому» в противовес городскому: речи, навыкам, поведению. Реже в языке манифестируется внешность мужчины: красота или уродство (*антена* ‘высокий и худой’, *гардероб*

‘широкочелый мужчина’), а также сексуальная распушенность (*женкар* ‘бабник’, *брюч* ‘бабник’, *ебател* ‘ухажер’, *спиновъд* ‘потенциальный носитель болезни СПИД’).

Среди жаргонизмов, оценивающих женщину, большая часть посвящена ее внешности, как недостаткам (*гюдерия* ‘тошная, уродливая’, причем отрицательно оценивается стареющая женщина, например *стара чанта* ‘букв. старая сумка’, *гъзица* ‘задница’), так и красоте, где часто фиксируется так называемая “кулинарная” метафора – *кифла* ‘булочка’, *бонбонче* ‘конфетка’, *сладуранка* ‘милашка’. Особое внимание уделяется привлекательным частям тела (*балкон*, *бомби* ‘бомбы’, *дюли* ‘букв. плоды айвы’ = ‘грудь’), которыми нередко обозначают и сам субъект (метонимические названия): бедро ‘девушка с длинными ногами’. Не менее многочисленную группу составляют названия женщины легкого поведения (*амазонка*, *боклук* ‘мусор’, *задник* ‘зад’), в которых отмечается и ее опасность как носительницы венерических болезней (ср. *букет*, *спинче*, *спинаджийка* ‘переносчица СПИДа’).

В сфере жаргонной лексики в отдельную группу, состоящую из нескольких подгрупп, выделяются обозначения женщины как таковой: 1) вульгарные выражения, которые идентифицируют ее с половым органом (*пичка*, *путка*); 2) абстрактные обозначения, лишённые пейоративности (*бройка*, *женска*, *беби*); 3) названия, заимствованные из животного мира от ласкательных до грубых (*мацка* ‘кошечка’, *пиле* ‘цыпленок’, *гъска* ‘гусыня’, *алигатор*, *ламя* ‘драконша’).

А.А. Улюра

ПСЕВДОАНДРОГОНИМЫ В РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Использование псевдонима, как и любой трансвестивный акт, представляет собой смену одной общепризнанной формы обозначения объекта на другую общепризнанную и с психологической точки зрения имеет смысл ложного присвоения объекту несвойственных ему качеств. Псевдоним применяется для сокрытия нежелательных, но существующих качеств, либо для добавления несуществующих, но желаемых. Таким образом, присвоение женщиной-писательницей псевдоандрогонима выполняет одновременно и задачу сокрытия нежелательных черт, наличие которых приводит к поражению в правах в рамках обозначенной сферы общения (в этом

случае – ситуации литературной деятельности и выхода женщины в публичную сферу) – с одной стороны, и декларирование несуществующих качеств, приводящее к увеличению прав через повышение статуса субъекта в рамках шкалы рангов той же сферы общения – с другой стороны. Именно об этом говорит Тэффи в фельетоне «Псевдоним»: «Женщины-писательницы часто выбирают себе мужской псевдоним. Это очень умно и осторожно <...>». Однако «прятаться за мужской псевдоним мне не хотелось. Малодушно и трусливо»¹. Очевидно, что в этом озвученном устремлении Тэффи не была одинокой. Русских писательниц, прибегавших к услугам псевдоандронимов, было немного, всего около четырех десятков. Среди них наиболее известны, пожалуй, Антон Крайний (З.Гиппиус), Мурилин Мурилов (А.Безнина), Н.Станицкий (А.Панаева), Федор Фан-Дим (Е.Кологривова), Леонид Верховский (Л.Е.Павловская) и Иван Весеньев (С.Д.Хвошинская). Но при этом в русской культуре нет феномена равного по степени наглядности Джорж Элиот, Жорж Санд или «братьям» Белл. При работе с украинским материалом принято называть в этом ряду имена Марко Вовчок. Однако широко известно негативное отношение Марии Маркович к своему псевдониму: в свой «петербургский период» она вообще отказалась от использования популярного к тому времени имени. «Невозможно мне сделать больших обиды и огорчения, – замечает писательница в частной переписке, – как способствовать тем или другим путем вывести опять эту кличку, заставить ее повторять – с похвалами или бранью – все равно»².

Своеобразными трансвестивным актом женского литературного творчества в раду с весьма наглядным ношением мужского псевдонима выступает рьяное отвержение именованья себя поэтессой или писательницей в пользу категории «поэт» и «писатель». По такой схеме выстроены, например, номинации в духе Скорбный поэт (Г.Жулева), Новооткрытый поэт в «Современнике» (К.Павлова) и тому подобное. Явление это, в равной мере характерно для всех исторических этапов русской женской литературы, возводит вопрос с уровня личных предпочтений и лингвистической проблематики на уровень проблемы соотношения «женского» с креативным началом в культуре.

¹ Тэффи. Собрание сочинений: В 3 т. – СПб., 1999. – Т.1. – С.78.

² Вовчок М. Твори: В 6 т. – К., 1956. – Т. 6. – С.478.

*Н.А. Фатеева*ГЕНДЕРНЫЕ И КОММУНИКАТИВНЫЕ «СДВИГИ»
КАК ВЫРАЖЕНИЕ АВТОРСКОЙ СТРАТЕГИИ

С точки зрения коммуникативной организации художественных текстов особенно релевантным оказываются те случаи, когда автор одного пола организует текст от лица другого, употребляя соответственно грамматические формы в противоположном по отношению к себе роде. Данные переключения, или «Gender Shifts», по-разному проявляют себя в стихотворных и прозаических текстах, а следовательно, имеют разные художественные функции.

В случае, когда автор выбирает для себя способ порождения текста от лица противоположного пола, этим самым он отказывается от естественного способа выражения. Создается «напряжение», связанное с настройкой на речетворчество от лица «другого», но не просто «другого», а лица другого пола, что ведет к «шифту» глагольных форм. Возникает естественная фикциональность, а с ней и нарративность, не свойственная стихотворному лирическому тексту, – а именно, появляется опосредующая инстанция, через призму которой описываемая ситуация преломляется.

Самый простая мотивация подобного переключения – построение своего текста как «подражательного» по отношению к поэту противоположного пола, либо встраивание в определенную литературную или фольклорную парадигму с ее стереотипами плана содержания и плана выражения. В случае построения «гинотекстов» авторами-мужчинами наиболее часто используются сценарии «гадания», «ожидания любимого», «мужской агрессии», в случае построения «андротекстов» женщинами воспроизводится либо символистский фрейм ожидания «Прекрасной Дамы» (у З.Гиппиус и др.), либо фрейм отвергнутой женщины (у А.Ахматовой).

В прозаических текстах, написанных с использованием Gender Shifts, основой переворачивания ситуаций оказывается структурный принцип отражения, заданный именно зрительным восприятием, при этом осью подобного «оборачивания» становится «зеркало» (ср. «У зеркала. Из записок психиатра» В.Брюсова, «Хозяин травы» Н.Габриэлян).

*Ф.Ф. Фатыхова*ГЕНДЕРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ПЕРИОДИЗАЦИИ ЖИЗНЕННОГО
ЦИКЛА ЧЕЛОВЕКА

(на материале башкирского фольклора)

Доклад ставит целью сравнение биосоциальных ритмов жизни мужчин и женщин в традиционном башкирском обществе. В качестве источников используются фольклорные и литературные тексты.

Соответственно устойчивым культурным стереотипам в башкирской традиционной культуре четко выделяются гендерные различия в периодизации жизненного цикла человека. Анализ текстов показывает значительную гендерную асимметрию в обозначении возрастных периодов мужчины и женщины.

При рассмотрении жизненного цикла женщины нами отмечено, что он делился на четыре основных периода: детства, девичества, зрелости и старости. Для каждого из них использовались только названия и описательная лексика, без конкретного хронологического деления.

Мужской же жизненный цикл имел более дробную градацию и определенные хронологические рамки. Основные этапы жизни мужчины делились на временные отрезки по 10 лет. Им соответствовали возрастные периоды в 10, 20, 30, 40, 50, 60, 70, 80, 90 и 100 лет. В фольклорных текстах полным сроком жизни мужчины считался 100-летний цикл, хотя он и не совпадал с ее реальной средней продолжительностью. Наиболее активным и плодотворным периодом в этом цикле был возраст до 60 лет. Особое место в этом ряду занимал возрастной период до 20 лет, также отмеченный дробным хронологическим членением, хотя и не имевшим четкого деления на периоды: в одних случаях переходными ступенями являлся возраст в 5, 7, 10, 15 и 20 лет; в других – в 16, 17, 18, 19 и 20 лет, что объяснялось повышенным вниманием общества к социализации юношей.

В докладе дается подробное описание этнокультурной лексики, характеризующей каждый возрастной период и показывается ее взаимосвязь с образом жизни народа.

М.Е. Федотова

ГЕНДЕРНАЯ СПЕЦИФИКА ХАРАКТЕРОЛОГИЧЕСКИХ НАИМЕНОВАНИЙ ПРОФЕССИЙ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКЕ

Профессиональная деятельность немецкоязычного общества на разных этапах его развития неизменно находила отражение на уровне языковых структур. В лексико-семантической системе немецкого языка процесс номинации лица по признаку профессии традиционно проходил в одном из двух измерений: в сфере стилистически нейтральной или стилистически маркированной лексики. Результатом языкового отражения понятия «профессиональная деятельность» в каждой из названных сфер стало формирование в немецком языке двух весьма многочисленных разрядов языковых единиц – официально принятых наименований лиц по профессии, относящихся к сфере административного и правового языка, и экспрессивных профессиональных прозвищ, основным функциональным свойством которых является их характерологичность.

Система нейтральных наименований лиц по профессии, оказавшаяся более динамичной в плане развития гендерных стереотипов, привлекает пристальное внимание германистов на протяжении трех последних десятилетий. Благодаря принятию кардинальных мер по устранению сексизма в группе профессиональных имен мы наблюдаем редкий пример значительного ослабления гендерного фактора на протяжении короткого отрезка времени.

Группа характерологических наименований профессий, напротив, не испытала на себе мощного нормирующего воздействия институциональной лингвистики. Она развивается естественным путем и, являясь своеобразным «зеркалом», отражающим богатую палитру ценностных ориентаций членов немецкоязычного общества, сохраняет при этом способность чутко реагировать на изменения в социальной сфере.

Анализ особенностей функционирования профессиональных прозвищ в гендерном аспекте свидетельствует о существовании некоторой виртуальной языковой картины профессиональной занятости в немецкой разговорной речи, образующей стройную систему из более чем 1500 характерологических имен и характеризующейся специфическим разделением труда по признаку пола и особым статусным

положением каждой профессии. Так, изменение социального престижа профессии посредством трансноминативации в группе экспрессивных профессиональных прозвищ происходит в обратном направлении по отношению к системе профессиональной иерархии на современном рынке труда: статус престижных высокооплачиваемых профессий снижается, тогда как малопrestижные профессии соотносятся с более высокими ступенями профессиональной иерархии.

А.В. Федченко

ЭТНИЧЕСКИЕ АВТОСТЕРЕОТИПЫ МОСКОВСКИХ ШКОЛЬНИКОВ (15–16 лет, гендерный аспект)

Исследование, описанное в данной статье, проводилось в Москве, возраст испытуемых – 15–16 лет, все они учащиеся общеобразовательных государственных школ. В качестве метода исследования был выбран тест Куна. В нем испытуемым предлагается ответить на вопрос – «Русские – какие они?», и записать пять качеств, наиболее присущих, по их мнению, русским. В исследовании приняло участие 86 московских подростков (37 мальчиков и 49 девочек). Всего в ходе эксперимента было получено 411 ответов. Среди положительных качеств у девочек первое место занимает ответ «умные» (6,3%), у мальчиков «сильные» (4,1%) (у девочек такой ответ отсутствует). На втором месте и у девочек и у мальчиков «добрые» (5,1% и 2,9%). Третье место у девочек занимает ответ «красивые» (4,1%), у мальчиков «трудолюбивые» (2,2%). На четвертом месте «гостеприимные» (3,4%) у девочек и «красивые» (1,4%) у мальчиков. Далее у девочек стоит качество «хорошие» (2,7%) (у мальчиков оно отсутствует совсем), у мальчиков «красивые» (2,7%). На шестом месте у девочек стоит «трудолюбивые» (2,2), у мальчиков «гостеприимные» и «патриоты» (1,2% и 1,2%). Среди отрицательных качеств наиболее популярен ответ «пьющие» независимо от пола (2,9% у девочек и 2,7% у мальчиков). Также единодушны подростки в том, что русские люди ленивы (0,7% у девочек и 0,7% у мальчиков). На третьем месте у девочек стоит грубость и наглость (по 1%), у мальчиков – гордость (0,5%). Таким образом, можно сделать вывод, что гендерные различия в оценке этнических автостереотипов незначительны и соответствуют традиционному делению ценностных приоритетов на мужские и женские.

Приведем списки самых частотных положительных и отрицательных качеств в виде таблицы:

Положительные качества		Отрицательные качества	
Девочки	Мальчики	Девочки	Мальчики
1. Умные 6,3%	1. Сильные 4,1%	1. Пьющие 2,9%	1. Пьющие 2,7%
2. Добрые 5,1%	2. Добрые 2,9%	2. Ленивые 0,7%	2. Ленивые 0,7%
3. Красивые 4,1%	3. Трудолюбивые 2,2%	3. Грубые 1% Наглые 1%	3. Гордые 0,5%
4. Гостеприимные 3,4%	4. Умные 1,4%		
5. Хорошие 2,7%	5. Красивые 2,7%		
6. Трудолюбивые 2,2%	6. Гостеприимные 1,2% Патриоты 1,2%		

Е.В.Царева

ЖЕНСКИЙ ДИСКУРС И ЖЕНСКИЕ ОБРАЗЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Современная английская литература дает нам пример достаточно симметричного и сбалансированного развития с точки зрения гендерного подхода. В литературе этого периода появляется много ярких и интересных имен женщин-писателей. Признанной классикой становится творчество Айрис Мердок, Мюриэл Спарк, Маргарет Дрэбл, Дорис Лессинг и других. Появляются и новые имена. Творчество Сью Таунсенд отличает блестящее чувство юмора и оптимистичный взгляд на жизнь. Известность писательнице принесли романы и повести «Тайный дневник Адриана Моула, тринадцати лет и девяти месяцев от роду», «Тяжкое отрочество Адриана Моула», «Ковентри возрождается», «Мы с королевой». Хотя повествование в ее книгах, как правило, ведется от лица героя мужского пола, в них утверждается необходимость равных с мужчинами прав женщин.

Женская тема и женский взгляд на вещи интересуют и писателей противоположного пола. В частности, в творчестве Джона Фаулза, одного из самых известных авторов в современной литературе Великобритании, отчетливо просматриваются феминистские идеи. С большим пристрастием он пишет о женских образах и утверждает в своем эссе «Острова», что «Я – один из тех еретиков, которые верят, что «Одиссею» должно быть, написала женщина». С женскими занятиями он сравнивает и литературное искусство, считая, что ткачество и вышивание лежат в основе всякого повествования, как и в основе всякого украшательства, и в том числе декоративного искусства.

В романе Фаулза «Маг» (другой вариант перевода «Волхв») особенно выразительны женские образы, и это не случайно. Сам Фаулз писал: «У женских образов моих книг – явная тенденция доминировать над мужскими. Я смотрю на мужчину как на нечто искусственное, в то время как женщина для меня – реальность. Он – воплощение холодной идеи, она – теплой действительности. Дедал противостоит Венере и Венера неминуемо побеждает. Если бы не было чисто технических сложностей, я сделал бы моего Кончуса в «Маге» женщиной».

Герои романа Фаулза «Женщина французского лейтенанта» Чарлз Смит и Сара Вудраф – как и персонажи предыдущего произведения, стремятся к осознанию себя и обретению личной свободы. В романе много литературных ассоциаций, прямых и скрытых переключек с творчеством Ч.Диккенса, Дж.Остен, Э.Троллопа, Дж.Элиот, Т.Гарди.

Е.Е.Цыганкова

ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ ВОСПРИЯТИЯ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

Установлено, что то как читатель воспринимает текст, зависит от того, каким «понятийным инструментарием» он обладает для понимания заложенной в тексте информации, которую М.Талбот считает не фиксированной, а зависящей от многих факторов, социальных в том числе (Талбот, 2001). В зависимости от того, как определенный читатель интерпретирует текст, такую информацию он из него и получит. Естественно, есть предел толкования текста, и этот предел и является объективным содержанием текста или, согласно А.А. Брудному, его концептом (Брудный, 1999). И чем более текст ориентирован на конкретный способ понимания, тем более однозначна его

интерпретация. В нашем случае подобная однозначная интерпретация является неоспоримым преимуществом, так как объектом нашего исследования было выбрано восприятие письменных рекламных текстов. К факторам, которые также влияют на восприятие текста можно отнести пол, возраст, социальное происхождение и т.д. реципиента, т.е. человека, воспринимающего рекламный текст. Нашей задачей является определение того, как с одной стороны, собственно структура рекламного текста влияет на его восприятие, а с другой как социобиографические данные целевой аудитории коррелируют с восприятием этого же текста.

В качестве контрольного параметра в описываемом пилотном эксперименте был выбран гендерный фактор, т.е. выявлялось, как, во-первых, рекламный текст воспринимается мужской и женской аудиторией, а, во-вторых, мы хотели установить степень эффективности воздействия рекламного текста на конкретную целевую аудиторию (мужскую, женскую или смешанную). Для анализа были выбраны рекламные объявления на украинском языке, направленные или исключительно на мужскую или на женскую аудиторию – тексты, рекламирующие мужскую/женскую одежду, парфюмерию, аксессуары, драгоценности, и рекламу товаров, интересную смешанной аудитории, то есть товары, которыми пользуются и покупают люди вне зависимости от пола – мебель, туристические поездки, табачные изделия, товары для спорта, технику, пищевые продукты и напитки и т.п.

Анализ выборки рекламных блоков по темам предусматривает анализ текстов, рекламирующих однотипные товары (например, мужскую/женскую одежду) для того, чтобы четче увидеть, как и при помощи каких лингвистических средств достигается (если достигается) целевая «гендерная» ориентированность текстов.

Světa Čmejrková

THE CASE OF GENDER IN CZECH

“As long as we knew only one language, it seemed to be the only possible one.”

Vladimír Skalička, Typ češtiny (1961: 5)

“Gender in its origin was an accident of linguistic history.”

Muhammad Hasan Ibrahim,

Grammatical Gender, its Origin and Development (1973: 30–51)

We are born into a linguistic community whose language we learn as infants, inheriting the categories it uses and perceiving the distinctions it makes. How we project these categories and distinctions to our apprehension of the world, how we attribute greater values to those distinctions encoded in our native language than to others for which we have no words or that are irrelevant in our native grammatical system, depends on how we rely on our native linguistic competence and cultural discursive practices we have learned so far, or are ready to extend them, taking into account other language structures. Understanding other languages, awareness of the categories and distinctions encoded or hidden in other linguistic structures undoubtedly strengthen our sensitivity of the way different languages and speakers of these languages construct meaning of the world we live in.

The questions I would like to raise in this paper are: Will the increasing impact of English as the global language on Slavic languages and gradual acquiring of English discourse practices and norms by the native speakers of Slavic languages cause changes in the awareness of their mother tongue norms? Will they reinterpret particular categories and distinctions, conserved or obligatory in their languages under the influence of English as a global language? In particular, will they apply the concept of a “more gender-fair usage of language” to their performance in respective native languages? Or, will this concept remain confined to their usage of English as a foreign language? Will they become sensitive to the request of gender parity in language? If so, how will they transfer the “gender-fair-splitting-habits” from their performance in English to their discourse practice in their mother tongues? Is there any evidence that the global concept of destroying the patriarchal paradigm of language has crossed the boundaries of Eastern Europe and influenced the speakers of Slavic languages? And how will linguists react to this change?

О.А.Шапкарина

ГЕНДЕРНЫЙ ПОДХОД В ИЗУЧЕНИИ НОВЕЙШЕЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ИСТОРИИ РОССИИ

На протяжении многих лет истории философы, политологи подвергали сомнению возможность активного участия женщин в политическом процессе, отводя подобную роль мужчинам.

В последние годы под влиянием феминистского движения, идей демократии в общественном сознании, в политической теории и практике произошли существенные изменения. Это нашло свое отражение в появлении феминистской политологии как части современной политологии. Участие женщин в политической жизни включает в себя как конкретные формы женского движения, так и влияние женщин – политиков на процесс и результаты политической деятельности.

Происходящее в современной России процессы политических реформ предполагают изменения в политической жизни общества, в том числе, расширение участия российских женщин в политике, трансформацию социокультурного контекста политического участия женщин. В этой связи в политологии появились такие понятия как «женские перспективы политики», «женский опыт в политике»

Участие женщин в новейшей политической истории России можно проследить на примере гендерного состава Государственной Думы: менее 10% депутатского корпуса – женщины. Это означает, что российская законодательная власть на сегодняшний день не способна в полной мере учитывать политические и социальные интересы российских женщин, их особый социальный опыт. В современной России отсутствует механизм реализации прав женщин, что, в свою очередь, влияет на устойчивость российской политической системы. В России осуществление реформ во многом зависит от понимания обществом того, что подлинное равноправие женщин и мужчин есть один из важнейших факторов развития страны.

Л.В.Шевелева

ГЕНДЕРНЫЙ СТЕРЕОТИП ЭМОЦИОНАЛЬНОСТИ В РЕЧЕВОМ ПОВЕДЕНИИ СУБЪЕКТА

Гендер как социокультурный конструкт определяется системой норм речевого поведения в спектре коммуникативных отношений: субъект – информация – объект – коммуникативная ситуация.

Каждый отрезок времени создает присущий ему гендерный стереотип мужественности и женственности под влиянием новых отношений, нейтрализуя одни его признаки, акцентируя другие. Это – динамическая система, характеризующаяся сменой/модификацией отдельных ее подсистем – состояний.

В недрах нарождающегося стереотипа существенными становятся новые состояния:

- 1) когнитивное состояние (концептуальные свойства субъекта);
- 2) вербально-семантическое свойство (речевое/языковое поведение субъекта);
- 3) мотивационно-прагматическое (коммуникативные установки внутри самого субъекта) (Ю.А.Караулов);
- 4) моторно-артикуляционное (жесты, мимика, язык телодвижений и др.);
- 5) национальный менталитет;
- 6) эмоциональное состояние (О.Л.Каменская).

Эта модель может быть использована как концептуальная модель при определении гендерного стереотипа или «коммуникативного портрета субъекта».

В ракурсе коммуникативной ситуации создается стереотип речевого общения при передаче определенной информации: управление партнером, подстраивание под него. При этом каждая из сторон стремится сохранить свое своеобразие, хотя в речи субъект пытается доминировать, чтобы осуществить свои коммуникативные намерения.

В мужской речи, – анализируется мужское речевое поведение в детективной отечественной и немецкой литературе второй половине двадцатого столетия, – преобладает терминологичность, стремление к точности номинации под влиянием фактора «профессия», использование разговорной, эмоционально оценочной лексики, стилистически сниженной до огрубления речи. Это характерно для однополых групп. Создается эффект отрицания высшей степени.

Через информацию и форму ее представления субъектом коммуникативного акта возникает стереотип мужского взгляда на мир и его фрагменты с точки зрения власти, разумности, тактичности, рациональности, инициативности.

Такое речевое поведение фиксируется в языке в виде типовых моделей в процессе языковой социализации.

На эмоциональность речевого поведения субъекта оказывает влияние и «институализация» и «ритуализация» пола (по И.Гоффману).

*И.С.Шевченко*МЕНТАЛЬНЫЙ МИР И ДИСКУРС
ВИКТОРИАНСКОЙ ЖЕНЩИНЫ

Дискурс мы понимаем как интегральный феномен, мыслекоммуникативную деятельность, совокупность процесса и результата, включающую экстралингвистический и собственно лингвистический аспект: текст и контекст (прагматический, социальный, когнитивный), обуславливающий выбор языковых средств. В случае стереотипной Викторианской женщины (представительницы среднего/высшего класса, исповедующей моральные ценности и нормы Викторианской Англии) дискурс, с одной стороны, отражает ее ментальный мир, а, с другой, формирует его в процессе социализации.

Аксиологическая составляющая ментального мира зависит от социально-культурных, этических норм и принципов; она позволяет оценить речевое поведение в терминах «соответствующее – несоответствующее эталону», т.е. ведущим Викторианским ценностям, среди которых: семья, религия, благопристойность, скромность. Мораль Викторианского общества навязывает женщине в качестве поведенческого эталона подчиненность, пассивность, сдержанность, корректность, что заставляет ее в общении прежде всего заботиться об удовлетворении нужд «негативного лица» коммуниканта (в терминах Э.Гоффмана, П.Браун, С.Левинсона).

Между тем, данные художественной литературы, позволяющие судить о стратегиях вежливости в женском Викторианском дискурсе, свидетельствуют об отсутствии непосредственных параллелей ментального мира стереотипной Викторианской женщины и принципов вежливости, реализуемых в ее дискурсе. Негативная вежливость, чей приоритет, как отмечено выше, социально и культурно обусловлен, не является безусловно доминирующей во всех ситуациях женского дискурса. Напротив, выбор речевых стратегий и тактик дискурса диктуется той или иной стереотипной ситуацией общения, которая и определяет социально-культурные, психологические, мотивационные параметры речевых актов и дискурсивных стратегий. Так, различные стереотипные ситуации дискурса Викторианской женщины демонстрируют преобладание или относительное равновесие в них различных дискурсивных стратегий: если негативная вежливость доминирует в большинстве

ситуаций информативно насыщенного общения женщин с представителями противоположного пола (проблемы семейного бюджета, воспитания детей и т.п.), с детьми или слугами, то в ситуациях светской болтовни (small talk), где цели передачи информации уступают целям установления контакта, женщины отдают предпочтение позитивным стратегиям вежливости, проявляя значительно большую степень свободы коммуникативного поведения безотносительно пола собеседника; а в ситуациях флирта позитивные и негативные стратегии вежливости уравниваются в женском дискурсе.

Обнаруженные особенности свидетельствуют об относительной значимости гендерного параметра в дискурсе стереотипной Викторианской женщины и о доминировании в нем ситуативного параметра, что позволяет предположить примат общечеловеческого, а не гендерно дифференцированного в ментальном мире Викторианской женщины при объективном наличии определенных гендерных стереотипов.

**Материалы Третьей международной конференции 27–28 ноября 2003.
Гендер: Язык, Культура, Коммуникация**

Издание подготовлено лабораторией гендерных исследований.
Печатается в авторской редакции

Компьютерная верстка Г.П.Лопатиной

Московский государственный лингвистический университет

Лицензия ЛР №020819 от 12.10.1998

Подписано в печать 20.11.2003 г.
Объем 8,1 п.л. Формат 60X90 1/16. Тираж 150 экз. Заказ _____

Адрес редакции: Москва, ул. Остоженка, 38

Тел.: 234 33 23