

ФИЛОЛОГИЯ*(шифр научной специальности: 10.02.19)*

УДК 81

Л.М. Бахаева*Чеченский государственный педагогический университет**г. Грозный, Россия*

blm.99@mail.ru

**КОНСТРУИРОВАНИЕ ГЕНДЕРНО-МАРКИРОВАННЫХ ЕДИНИЦ
В НОМИНАТИВНОЙ СИСТЕМЕ ЯЗЫКА
В ДИСКУРСЕ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ
(на материале русского языка)****[*Leyla M. Bakhaeva* Construction of gender-marked units
in the nominative language system in the discourse of glossy magazines
(based on the Russian language)]**

It is analyzed gender-marked units in the discourse of Russian publications on the example of glossy magazines. Gender constructors are lexemes that reflect the names of a person, adjective vocabulary, pronouns, verb forms, syntactic constructions, male and female speech, the semantic category of modality and emotiveness. The study focuses on the scientific analysis of gender stereotypes, which include stereotypes of masculinity-femininity. The gender discourse of glossy magazines is presented as semantic feature markers with an evaluative component. Analysis of lexical units with a gender orientation allows us to assert about the diversity of the modern Russian language, and also provides information about traditional gender perceptions in Russian society. In the stereotypical representation of masculinity, “active-creative” personality characteristics are attributed, such as self-confidence, leadership ability. Femininity is considered as the opposite, mutually complementary “passive-reproductive beginning”, providing effective communication, stabilization of interpersonal relations. The study is based on the assertion that masculinity and femininity are capable of achieving greater self-realization through the structuring of connections and adequate social orientation. A special place is occupied by the analysis of lexical units in the gender aspect, which makes it possible to obtain information on how the norms of men and women appear in texts of different stylistic coloring.

Key words: gender, gender marker, discourse, mass media.

Во второй половине XX века наука уделяет особое внимание исследованию языка и пола, что позволяет говорить о новом направлении в языкознании – гендерная лингвистика. Анализ лексических единиц в гендерном аспекте дает возможность получить информацию о том, как представляются нормы мужчин и женщин в текстах разной стилистической окраски. Использование гендерной

теории социального пола в лингвистике позволяет провести комплексный анализ языковых средств в условиях определенной социальной коммуникации. Также, наравне с распространением гендерных исследований в языкознании, популярность приобретает дискурс как теоретический статус. Многие ученые в своих трудах дают трактовку данному понятию, которое сводится к общему определению дискурса как «речь», «текст», «диалог», «стиль».

Средствам массовой информации (СМИ) принадлежит ведущая роль в процессе изменений в социально-культурных отношениях современного общества. При всем многообразии различных тематик как зарубежных, так и отечественных изданий значительная часть журналов представляет гендерно ориентированные дискурсивные образования, которые определяют ролевые позиции участников общения. Особенное место среди них занимает глянцевого журнального дискурс, отражающий рекламный, информационно-развлекательный и образовательный характер, а также представляющий персональные суждения под общепринятые нормы. Авторы данных журналов пытаются показать жизнь мужчин и женщин в обществе по разным тематическим зонам: внешность, стиль одежды; эмоциональная сторона и особенности норм поведения; карьерный рост; отношение к браку; дружба; семейные отношения; образ жизни.

Цель дискурса глянцевого журналов – формирование у читающего стремления к образу и стилю, которые он приписывает диктуемому темы, характерные для «гламурного» стиля жизни. В России среди глянцевого журналов в категории гендерных первыми относились женские, а дискурс мужского глянца выступали подражанием. К языковому конструированию категорий гендерных ролей в дискурсе российских журналов, преследующих конкретные цели и задачи, относятся лингвистические приемы, содержащие:

- наименования лица;
- адъективную лексику;
- местоимения;
- глагольные формы;
- синтаксические конструкции;
- представления о мужской и женской речи на лексическом и синтаксическом уровнях;
- использование семантических категорий модальности и эмотивности.

Рассмотрим подробнее гендерно-маркированные единицы в номинативной системе языка. В качестве основного лингвистического приема в дискурсе глянцевого журнала используется гендерный маркер как отражение пола в номинативной и семантической системах языка [4, с. 51]. При этом, М.В. Томская определяет гендерный маркер как «средства, участвующие в конструировании гендера в тексте» [7, с. 231]. По словам А.В. Кирилиной, «номинативная система различных языков неодинаковым образом манифестирует концепты «мужественность» и «женственность» и придает им неодинаковое значение» [3, с. 80]. В русском языке гендерный маркер представляет следующие номинативные системы: существительные, субстантивированные прилагательные, словосочетания существительных с прилагательными [1, с. 38].

Для анализа работы были использованы тексты из версии популярных глянцевого журнала западных компаний («Men's Health», «Cosmo», «Women's Health», «Я покупаю»), которые представлены для отечественной аудитории. Тематика в таких изданиях посвящена моде, дизайну, отдыху, здоровью, хобби, карьере, межличностным отношениям.

Выборка гендерных лексем из текстов журналов представляют номинативные единицы:

- нейтральные (одушевленные существительные, ассоциируемые с мужским и женским началом);
- маркированные номинации лица предстают без уточнения пола референта.

Полученный материал (особенно в системе личных номинаций) показал отражение подчиненности женщины в обществе; «отсылает их к патриархальным традициям» [1, с. 39]. Использование антропонимов в языке отражает настроение в обществе или может свидетельствовать о наличии стереотипных представлений, «связанных с доминированием патриархального уклада социального образа жизни и дискриминацией женщины в обществе» [5, с. 5]. И.В. Зыкова выделяет в составе гендерно маркированных единиц основные группы, которые имеют четкое дихотомическое разделение на пары существительных с противопоставлением по признаку пола [2, с. 5]:

- антропометрические лексеммы, в которых признак пола имеет определяющее значение;
- термины родства;
- антропонимические лексеммы (имена собственные);

- агентивные существительные.

Было выделено, что в дискурсе русскоязычных журналов чаще встречаются:

- антропометрические лексемы: мужчина, парень, мужик, юноша, мальчик; женщина, девушка, девочка, барышня, особа;
- термины родства: муж, мужчина, папа, парень, мужик, юноша, мальчик; женщина, девушка, особа;
- агентивные лексемы: герой, руководитель, основатель, предприниматель.

Мужчина, от которого женщина совсем не требует подвигов, ленился, хиреет, зарастает жиром, пылью и тоской (WH, июнь 2016).

У меня особенный папа – герой. Который путешествует в местах, где не ступала нога человека (Я Покупаю, ноябрь 2018).

Женщина, которая носит одежду от Fabiana Filippi, утонченная и элегантная (Я Покупаю, ноябрь 2018).

Когда танцуешь с мужем, можно выразить недовольство (Cosmopolitan, ноябрь 2018).

Девушка была самодостаточной (Cosmopolitan, сентябрь 2018).

Агентивные лексемы представляются по классификации С.В. Силинского [6, с. 96] и И.В. Зыковой:

- гендерно маркированные номинации людей по профессиональному признаку (редактор, спортсмен);
- наименования лица как «непрофессиональная деятельность» (партнер, представитель, житель, собеседник) [2, с. 166].

Гендерно маркированным единицам по семантическому принципу И.В. Зыкова относит номинации, «актуализирующие то или иное состояние, роль, признак, качество, функцию мужчины или женщины» [2, с. 33], которые могут быть выражены существительными; субстантивированными прилагательными; словосочетанием существительных с прилагательными:

- для номинации мужчин: друг, приятель, бой-френд, любимый, суженый, поклонник, любовник;
- для номинации женщин: возлюбленная, подруга, любовница, избранница, знакомая, спутница, экс-подруга.

Гендерно маркированные семантические лексемы часто имеют отличительную экспрессивно-оценочную коннотацию:

- для номинации мужчин: мачо, самец, плейбой, охотник, рубаха-парень, королевич, сказочный принц, красавчик, прекрасный незнакомец, врун, донжуан;
- для номинации женщин: боевая подруга, желанная, красавица, роковая красотка, королевична, пассия, стерва, кикимора.

Порой людям достаточно знать, что где-то есть спасательная шлюпка (WH, апрель 2016);

Никто не любит неопределенности. Человеку нужна уверенность в завтрашнем дне (WH, январь 2017).

Таким образом, в связи с гендерной адресованностью дискурса, в глянце-вых журналах можно выделить следующее:

- дискурс (устный и письменный) можно рассматривать со стороны гендерных исследований;
- в качестве персонифицированных мужских и женских номинаций приоритет отдается гендерно маркированным лексическим единицам;
- дискурс в гендерном изучении в русскоязычных журналах реализуется установленным набором лексических единиц, отражающих устойчивость традиционных гендерных представлений в российском обществе;
- в дискурсе российских журналов используются следующие нейтрально маркированные лексемы (человек, собеседник, персона);
- дискурсивное изучение гендерных маркеров русскоязычных гляцевых журналов свидетельствует о наличии маркеров с наименованием лица по семантическому признаку, отражающих оценочную коннотацию (рубаха-парень, хлюпик; мачо; красотка, кикимора).

Исследованиями подтверждено, что в современном обществе гендерные стереотипы меняются. Изменился стереотип фемининности. Традиционно женщина должна быть ласковой, пассивной и зависимой, а портрет, данный в гляцевых журналах, иной. Женщине надо быть умной, энергичной, предприимчивой, т.е. обладать мужскими качествами. Изменился стереотип маскулинности. Традиционно в него входили физическая сила, подавление нежности, функциональное отношение к женщине и одновременно несдержанность в выражении гнева и страсти. Интеллект ценится выше физической силы, вместе с тем допускается проявление душевной тонкости. Вследствие общей трудовой деятельности от иерархического соподчинения к рав-

ноправую, происходит ломка традиционной половой стратификации, изменяются культурные стереотипы маскулинности-феминности. Анализ русскоязычного дискурса глянцевого журнального показывает, что конструирование гендерно маркированных единиц современных моделей маскулинности и феминности в номинативной системе языка отражает традиционные гендерные представления российского общества. Данное исследование только намечает некоторые тенденции в рассматриваемой проблеме. В дальнейшем они требуют более детальной разработки.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Зиновьева Е.С.* Роль гендерно-маркированных лексических единиц в конструировании маскулинности и феминности в дискурсе гендерно ориентированных глянцевого журнального (на материале английского и русского языков) // *Universum: Филология и искусствоведение*. 2017. № 12 (46).
2. *Зыков И.В.* Гендерный компонент в структуре и семантике фразеологических единиц современного английского языка: дис. ... канд. филол. наук. М., 2002.
3. *Кирилина А.В.* Гендерные аспекты языка и коммуникации: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2006.
4. *Кирилина А.В.* Особенности плана содержания гендерно значимых номинаций (на материале русских и немецких лексикографических трудов) // *Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация»*. 2002. № 2.
5. *Крылова О.Н.* Пейоративные номинации лица в гендерном аспекте (на материале немецкого языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2009.
6. *Силинский С.В.* Речевая вариативность слова: на материале английских имен лица. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1995.
7. *Томская М.В.* Гендерный аспект социального рекламного дискурса // *Гендер: язык, культура, коммуникация: Доклады Первой Международной конференции*. М.: МГЛУ, 2001.

R E F E R E N C E S

1. *Zinovyeva Ye.S.* The role of gender-marked lexical units in the construction of masculinity and femininity in the discourse of gender-oriented glossy magazines (based on English and Russian languages) // *Universum: Philology and Art History*. 2017. No 12 (46).
2. *Zykov I.V.* The gender component in the structure and semantics of phraseological units of modern english: thesis. Moscow, 2002.
3. *Kirilina A.V.* Gender aspects of language and communication: thesis. Moscow, 2006.
4. *Kirilina A.V.* Features of the plan for the maintenance of gender-significant nominations (on the material of Russian and German lexicographic works) // *Bulletin of Voronezh State University. Series "Linguistics and Intercultural Communication"*. 2002. No 2.
5. *Krylova O.N.* Pejorative nomination of a person in the gender aspect (on the material of the German language): thesis. M., 2009.
6. *Tomskaya M.V.* The gender aspect of social advertising discourse // *Gender: Language, Culture, Communication: Reports of the First International Conference*. M., 2001.
7. *Silinsky S.V.* Speech variation of the word: on the material of the English names of the person. SPb., 1995.

15 октября 2018 г.
