

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации
Направление подготовки 45.03.02 – Лингвистика
Направленность (профиль) образовательной программы Перевод и переводо-
ведение

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Т.Ю. Ма
Зав. кафедрой
Т.Ю. Ма
« 17 » 06 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Гендерные стереотипы феминности и маскулинности в английском
языке

Исполнитель
студент группы 835-об

Т.Ю. Ма
15.06.2022
Е.М. Туз

Руководитель
зав. кафедрой

Т.Ю. Ма 16.06.22 Т.Ю. Ма

Нормоконтроль
зав. кафедрой

Т.Ю. Ма 16.06.22 Т.Ю. Ма

Благовещенск 2022

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой

 Т.Н. Ма
подпись И.О. Фамилия
« 17 » 08 2022 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента

Туз Екатерины Максимовны

1. Тема выпускной квалификационной работы:

Гендерные стереотипы феминности и маскулинности в английском языке

(утверждена приказом от 05.04.2022 № 679-УТ)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 17 июня 2022 г.

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе:

Гендерные стереотипы феминности и маскулинности в английском языке

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов):

Стереотипы, гендерные стереотипы


5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.)

6. Дата выдачи задания 1 сентября 2021

Руководитель выпускной квалификационной работы:

Ма Татьяна Юрьевна д-р физ.-мат. наук, доцент, зав. кафедрой «Перевод и МК»
(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата):

1 сентября 2021 г. 

(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 53 с., 64 использованных источников.

СТЕРЕОТИП, ГЕНДЕРНЫЙ СТЕРЕОТИП, ГЕНДЕР, ГЕНДЕРНАЯ ЛИНГВИСТИКА, ГЕНДЕРНО-МАРКИРОВАННАЯ ЛЕКСИКА, ФЕМИННОСТЬ, МАСКУЛИННОСТЬ

В работе рассматривается лексика английского языка на материалах англоязычных СМИ. А также приводится анализ английских новостных статей, в которых затрагивается тема гендерных стереотипов, что предоставляет возможность выяснить наличие гендерных стереотипов феминности и маскулинности и их влияние на использование лексики в контексте. Целью данной работы стало выявление стереотипов в материалах англоязычных СМИ. В работе использованы следующие методы исследования: метод описания, метод обобщения и систематизации, метод частичной выборки, количественных подсчетов, описания, анализ словарных дефиниций, интерпретационный метод, контекстуальный анализ.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 ПОНЯТИЯ «СТЕРЕОТИП» И «ГЕНДЕРНЫЙ СТЕРЕОТИП».....	6
1.1 Стереотипы как объект научного исследования	6
1.2 Гендерные стереотипы в лингвистике и межкультурной коммуникации	11
1.3 Гендерная асимметрия в языке	14
2 СТЕРЕОТИПЫ ФЕМИННОСТИ И МАСКУЛИННОСТИ В МАТЕРИАЛАХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ	19
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	43
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	45

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время тема, связанная с гендерными стереотипами, является особенно актуальной, поскольку процесс глобализации оказывает ежедневное влияние не только на восприятие людьми разных культур друг друга, но и на то, как они относятся к вопросам распределения гендерных ролей в обществе.

Устоявшиеся гендерные стереотипы оставили свой след во многих сферах общественной жизни. В первую очередь, они оказали огромное влияние на восприятие женщин, женского труда и их социальной динамики. Однако изменения, происходящие в современном обществе, находят отражение и в том, как под воздействием исторических обстоятельств модифицируется восприятие традиционных образов и ролей мужчин и женщин в быту, в семье, в производственном процессе, в бизнесе. Все это обуславливает необходимость оценки такого рода изменений на материале языка как транслятора и зеркала культуры.

Актуальность работы определяется необходимостью дальнейшего исследования гендерных стереотипов, существующих на уровне обыденного сознания в различных сферах жизни общества и оказывающих влияние на его развитие и функционирование, в том числе, на процессы межкультурной коммуникации, где особенно заметно влияние гендерных ролей. Специалистам в области лингвистики и межкультурной коммуникации важно учитывать информацию о существующих в обществе гендерных стереотипах в своей профессиональной деятельности, чтобы избежать возможных конфликтов в процессе взаимодействия культур.

Новизна работы определяется анализом и систематизацией представлений о гендерных стереотипах, которые отражены в гендерно-маркированной лексике английского языка, а также получают языковую объективацию в материалах современных СМИ в форме оценочных суждений,

формируя отношение общества к проблеме гендерной дифференциации и стратификации.

Цель работы – анализ гендерных стереотипов феминности и маскулинности в английском языке на материале толковых словарей и текстов СМИ.

Достижение цели предполагает постановку следующих **задач**:

- 1) рассмотрение понятий «гендер», «гендерный стереотип» и подходов к их изучению в лингвистике;
- 2) анализ определений феминности и маскулинности, представленных в толковых словарях английского языка;
- 3) выявление стереотипных представлений о феминности и маскулинности, объективированных в языковой форме материалах СМИ;
- 4) систематизация и обобщение полученной информации.

Гипотеза исследования: гендерные стереотипы феминности и маскулинности получают эскизную, частичную языковую объективацию в материалах англоязычных СМИ, посвящённых социальным проблемам. Реконструкция стереотипов возможна посредством анализа языкового материала с использованием таких методов, как контекстуальный анализ, интерпретационный метод, анализ и синтез информации.

Объектом данного исследования являются гендерные стереотипы феминности и маскулинности.

Предметом данного исследования являются гендерные стереотипы феминности и маскулинности, объективированные в языковой форме в толковых словарях и текстах СМИ.

Теоретическая значимость заключается в том, что проведенное исследование обобщает и дополняет материал об особенностях функционирования гендерных стереотипов и их языковой объективации в разных видах дискурса.

Практическая значимость исследования заключается в возможности дальнейшего использования результатов, полученных в ходе исследования в

преподавании дисциплины «Теория и практика межкультурной коммуникации», «Специальное страноведение».

Методы исследования: анализ научной литературы, метод описания, обобщения и систематизации информации, анализ словарных дефиниций, контекстуальный анализ, интерпретационный метод, метод количественных подсчетов.

Материалом исследования послужили новостные источники «CNN International», «The Guardian», «The New York Times». Общий объем материалов СМИ составил 85 статей.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

1 ПОНЯТИЯ «СТЕРЕОТИП» И «ГЕНДЕРНЫЙ СТЕРЕОТИП»

1.1 Стереотипы как объект научного исследования

В западной социологии в 70-е годы XX века возник достаточно устойчивый интерес к проблеме социальных и гендерных стереотипов, который остается актуальным и по сей день, так как гендерные, и не только, стереотипы обнаруживаются во всех сферах жизни человека: в межличностном общении, межгрупповом взаимодействии и самосознании. Стереотипы имеют тенденцию рано усваиваться и изменяются с большим трудом.

Впервые термин «стереотип» (а точнее, «социальный стереотип») ввел У. Липпман. Он описывал социальные стереотипы как образы мира, которые экономят усилия человека при восприятии социальных объектов вокруг себя и защищают его интересы, ценности, позиции и права. У. Липпман выделил две немаловажные причины, оказывающие огромное влияние на формирование стереотипов в обществе: использование принципа экономии усилий, характерного для повседневного человеческого мышления и защита существующих групповых ценностей и своих прав¹.

Последующее развитие значения понятия «стереотип» в трудах различных ученых (в том числе и в работе Гордона Оллпорта «Природа предрассудка», опубликованной в 1954 году) привело к его трактовке как ригидного, упрощенного и предрассудочного обобщения.

Стереотип – это принятое отношение человека к какому-либо явлению, сложившееся под влиянием социальных условий и предшествующего опыта. Стереотип – это зафиксированная мыслительная конструкция, автоматическая умственная реакция. Стереотипы порождают суждения и оценки.

Стереотип представляет собой схематическое, оформленное в стандарт

¹ Агеев В.С. Психология межгрупповых отношений : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05. М., 1989. С. 27 .

восприятие социального или культурного явления, обладающее большой устойчивостью. Механизм действия стереотипов заключается в том, что мы замечаем только то, что ранее сформулировано для нас нашей культурой. И воспринимаем это замеченное в форме стереотипов своей культуры.

В отечественной психологии до конца 50-х годов XX века термин «стереотип» не использовался. Хотя и проблема изучения моделей поведения человека была актуальна. Наиболее широко это явление было рассмотрено П.А. Сорокиным. Не вводя в использование термин «стереотип», он описал процесс функционирования моделей восприятия и поведения человека в социокультурной группе².

Впервые в отечественной науке понятие «стереотип» было представлено В.А. Ядовым. Под стереотипом он подразумевал «чувственно окрашенные социальные образы»³.

И.С. Кон давал описание стереотипу как «предвзятое, не основанное на свежей непосредственной оценке каждого явления, а выведенное из стандартизированных суждений и ожиданий, мнение о характеристиках людей и явлений»⁴.

Ни этнические, ни социальные, ни гендерные стереотипы не существовали, по мнению многих ученых, в советском обществе, так как являлись прямым нарушением важного принципа равенства, провозглашенного советской властью. До конца 1980-годов термин «гендерный стереотип» не употреблялся и вовсе. В первую очередь, потому что стереотипы были признаны социально опасным явлением, существующим и характерным только для западного общества. Во-вторых, потому что в советской науке традиционно мужские и женские роли было не принято разделять. История взаимодействия полов после революции 1917 года стала

² Sorokin P. A. Social and cultural dynamics // М.: Academic project. 2017. P. 251.

³ Ядов В. А. Современная теоретическая социология как концептуальная база исследования российских трансформаций // СПб.: Интерсоцис. 2009. № 2. С 133.

⁴ Кон И. С. Вопросы закономерности общественного развития // Исторический материализм и социальная философия современной. 1960. № 2. С. 69.

историей первого в мире общества, где у мужчин и женщин были абсолютно равные права, следовательно, не было места для гендерной дискриминации.

В российской науке понятие «гендер» появилось только в конце 90-х годов XX века в работах И.С. Клёциной и Н.Л. Пушкаревой. Гендер, по словам авторов, – это совокупность социокультурных норм, которое наше общество предписывает для выполнения людям в зависимости от их гендера. В зависимости от того, к какому полу он принадлежит, индивид выстраивает свою модель поведения, свои социальные и личные взаимоотношения.⁵

В обществе, как представлено в исследованиях, широко распространено действие и влияние гендерных стереотипов, то есть сформировавшихся в культуре обобщенных представлений и предубеждений о том, как ведут себя мужчины и женщины. Гендерные стереотипы – упрощенные, схематизированные, эмоционально четко окрашенные устойчивые образы мужчин и женщин, распространяемые обычно на всех представителей той или иной гендерной общности, независимо от личных особенностей тех или иных представителей. Иными словами, это взгляд и оценка, которые, как правило, основаны на гендерных предубеждениях, на сексизме, а не на рациональном знании. Поэтому гендерные стереотипы довольно сложно поддаются коррекции, для их изменения требуются весьма значительные временные промежутки, а также масштабные события.

Гендерные стереотипы, как показано в работах многих авторов, могут изменяться в зависимости от социальных, экономических или политических событий в обществе, но этот процесс, как правило, происходит довольно медленно. Стереотипы усваиваются в уже очень раннем возрасте, и используются детьми задолго до возникновения собственных мнений о тех группах, к которым они относятся. Как правило, человек не осознает или не хочет осознавать, что он имеет различного рода предубеждения, и рассматривает свое отношение к объекту предубеждения как следствие

⁵ Пушкарева Н.Л. Гендерные исследования: рождение, становление, методы и перспективы // Вопросы истории. 1998. № 6. С. 23.

объективной и самостоятельной оценки каких-либо фактов. Предвзятости складываются на основе искаженной или неполной информации о каком-либо гендере.

Формирование гендерных стереотипов как социально конструируемых категорий «фемининность» и «маскулинность», описывают природу гендерных стереотипов, их социальный характер и представление о женских и мужских качествах, занятиях и социальных ролях в семье и обществе. Такое определение является отражением роли гендерных стереотипов в идентичности личности. Гендерные стереотипы и стереотипы в целом являются продуктом естественных и психологических процессов. Источниками таких стереотипов могут быть индивидуальный опыт человека и нормы, выработанные обществом. Всем социальным группам свойственно вырабатывать стереотипы. Благодаря этому, имеется возможность сегрегировать, упрощать и прогнозировать социальное окружение человека.⁶

Под гендерными стереотипами так же понимают стандартизированные представления о моделях поведения и чертах характера, соответствующих понятиям «мужское» и «женское», которые являются наиболее ярким и эффективным механизмом формирования традиционного гендерного поведения и социальных ролей.

Гендерные стереотипы и стереотипы в принципе являются продуктом нормальных психологических процессов, которые естественным и неизбежным образом ведут к их формированию и сохранению. Источником формирования социальных стереотипов, включая гендерный аспект, является как личный опыт человека, так и выработанные обществом нормы. Разные социальные группы, реальные или идеальные, вырабатывают стереотипы, устойчивые объяснения определенных фактов, привычные интерпретации вещей, что позволяет быстро и на определенном уровне достаточно надежно категоризировать, упрощать и прогнозировать социальное окружение

⁶ Фадеева У.А. Гендерные стереотипы в профессиональной деятельности как социальная стратификация // Актуальные вопросы современной экономики. 2019. № 3. С. 3.

человека⁷.

Рассмотрим подробнее социальные роли мужчин и женщин, которые находят отражение в гендерных стереотипах.

Маскулинность традиционно связывается с властью, лидерством и мужской гендерной ролью. В патриархальных обществах взрослый мужчина являлся главой семьи, и его полоролевая идентичность формировалась с четкой ориентацией на маскулинность, связанную с мужской гендерной ролью. Феминистское движение главной своей задачей считало не столько борьбу женщин за равные права с мужчинами, сколько освобождение человека от власти государства и развитие свободной личности в обществе. Таким образом, характер маскулинности и развитие мужской полоролевой идентичности имеет свои культурно-исторические особенности. Именно этим особенностям, как правило, посвящены научные исследования.

Какие же характеристики являются мужскими? В стереотипном образе мужчины присутствуют качества, во-первых, коррелирующие с деятельностью и активностью: предприимчивость, стремление к достижению цели и к соревнованию, склонность к авантюризму, решительность, настойчивость, отвага, самоконтроль, уверенность в своих силах, нонконформизм, желание быть оригинальным, умение делать бизнес. Женщине же отказывается в обладании этими качествами – ей, напротив, приписываются пассивность, нерешительность, осторожность, забота о соблюдении норм, конформизм⁸.

Во-вторых, «мужскими» являются характеристики, обычно соотносимые с позициями власти и управления – стремление к лидерству, амбициозность, властность, ответственность, объективность, сила, умение принимать решения, ум, реализм. Как «женские» описываются такие характеристики как покорность, беспомощность, зависимость, безответственность, слабость, вера в превосходство мужского пола,

⁸ Ермолаева М.В. Гендерный стереотип как феномен культурного пространства. М., 2016. С. 110.

пристрастность, необъективность⁹.

Как маскулинность, так и фемининность содержат характеристики с разными знаками оценки – и позитивными, и негативными. «Мужскими» считаются способность отделить рациональные доводы от эмоциональных, хладнокровие; «женские», фемининные характеристики – это эмоциональность, восприимчивость, внушаемость, чувствительность, легкая смена эмоциональных состояний, склонность к тревожности, жалобам, слезам, ранимость, истеричность, капризность.

У.А. Фадеева в своей работе утверждает, что все сферы общественной жизни склонны к процессу стереотипизации. Однако одной из наиболее освещаемых проблем неравенства между мужчинами и женщинами является профессиональное разграничение в экономической сфере. Высокий уровень разделения считается весомым фактором, влияющим на уровень оплаты труда и карьерные возможности. Из этого следует, что подобный анализ гендерных аспектов необходим как с точки зрения повышения эффективности использования трудовых ресурсов, так и со стороны социальной справедливости.¹⁰

1.2 Гендерные стереотипы в лингвистике и межкультурной коммуникации

Исследование стереотипов мужественности и женственности представляет огромную языковую и культурную ценность, так как разгадка содержащегося в них культурного потенциала нации позволяет приблизиться к постижению механизмов взаимодействия мужчин и женщин, а также рассмотреть возможность изменения взглядов на их роли в жизни общества и место в общественной иерархии.

Поскольку гендерные стереотипы отражают взаимодействие двух

⁹ Кирилина А.В. Гендерные аспекты языка и коммуникации : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Москва, 2000. С. 32.

¹⁰ Фадеева У.А. Гендерные стереотипы в профессиональной деятельности как социальная стратификация общества // Актуальные вопросы современной экономики. 2019. № 3. С. 533.

противопоставленных друг другу групп – мужчин и женщин, содержание стереотипов определяется сгруппированным в пары набором гендерно-маркированных качеств. Подобная категоризация позволяет лучше проследить различия, приписываемые мужчинам и женщинам общественным мнением. Данные категории включают: характеристики и качества, связанные с деятельностью и активностью, соотносимые с позициями власти и управления, с процессами межличностного взаимодействия, характеристики и качества эмоциональной и когнитивной сфер, а также набор социальных ролей, подвергающихся стереотипизации.¹¹

В начале XX века интерес к гендерным аспектам языка и коммуникации возрос благодаря трудам Э. Сепира, О. Есперсена, Ф. Маутнера. В 1913 году вышел труд Ф. Маутнера, посвященный критике языка, в котором ученый признает гендерные различия в языке, обоснованные социальными и историческими причинами. По его наблюдениям, в среде фабричных рабочих ненормативную лексику использовали исключительно мужчины. В аристократических слоях общества мужчины употребляли эвфемизмы, вместо инвектив и вульгаризмов, женщины чаще употребляли слова иностранного происхождения, что ученый объяснял наименьшей образованностью женщин, т.к. им сложнее было найти эквивалент в родном языке. Кроме того, творческое использование языка считалось исключительной прерогативой мужчин, а женщины, по мнению Ф. Маутнера, усваивают только то, что создано сильным полом¹².

Согласно О. Есперсену, женщины употребляют иную, нежели мужчины, лексику, более склонны к эвфемизмам и менее к ругательствам. Женщины, полагал автор, консервативны в употреблении языка¹³.

Поскольку ученые «грамматисты» не имели языкового опыта

¹¹ Рябова Т.Б. Стереотипы и стереотипизация как проблема гендерных исследований // Личность. Культура. Общество. 2003. № 5. С. 125.

¹² Маутнер Ф. Философия языка Фрица Маутнера // Вестник Нижегородского государственного университета. 2012. № 130 (2). С. 33.

¹³ Самарин Д. А. Понятийные категории Отто Есперсена в истории лингвистической науки // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 2 (68). 140.

интерпретации категории рода, гипотеза приобрела оценочный характер, в результате чего мужской род оказался первостепенным из-за приписывания именам, относящимся к нему семантики силы, активности, энергии¹⁴.

В то же время, язык гендера не исследовался в то время тщательно и всесторонне. Научные наблюдения носили разрозненный характер и фокусировались на наиболее явных моментах проявления отличий.

Систематические гендерные исследования в лингвистике начались на рубеже 60-х – 70-х годов XX века под влиянием следующих факторов: 1) социально-политические изменения и развитие феминистского движения; 2) собственно-лингвистические факторы, такие как рост интереса к прагматическому аспекту языка и развитие социолингвистики; 3) новые тенденции и философии – распространение идей постмодернизма и деконструктивизма.¹⁵

Важно отметить, что тема гендерных стереотипов в языке не теряет своей актуальности, поэтому рассмотрим ряд работ, написанных и опубликованных в 2020-2021 годах.

Статья С.И. Пратова «Взаимосвязь гендерных стереотипов в отношении детей и гендерных представлений их родителей» демонстрирует связь между гендерными стереотипами дошкольников и гендерными представлениями их родителей. Согласно теории гендерных схем, дети формируют схемы, относящиеся к женскому и мужскому типам, решают, какое отношение свойственно мальчикам и девочкам, и пытаются принять на себя соответствующие им мужские или женские роли. Гендерные стереотипы распространены во всем мире и различаются в зависимости от уровня образования и культуры. Кроме того, утверждается, что существует связь между игрой, игровыми друзьями и игрушечными предпочтениями детей и

¹⁴ Баженова Н. Г. Гендерные исследования в лингвистике: история, современность, перспективы // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2012. № 4. С. 39.

¹⁵ Кирилина А.В. Гендерные аспекты языка и коммуникации... С. 38.

гендерными ролями.¹⁶

Еще один пример статьи – «Прецедентные тексты в медиадискурсе и их роль в актуализации гендерных стереотипов», написанная Л.В. Копоть. В статье проанализированы прецедентные тексты, вербализирующие гендерные стереотипы в медиадискурсе. В качестве предмета исследования рассматривается гендерная специфика языковой игры в медиадискурсе.¹⁷

1.3 Гендерная асимметрия в языке

В целом, в феминистской лингвистике можно сегодня выделить два основных направления исследований гендера.

1. Исследование языка с целью выявления гендерных асимметрий и дискриминаций по признаку пола, обусловленных патриархальными стереотипами.

2. Исследование гендерных особенностей коммуникации в группах людей как однополых, так и смешанных. Такие исследования анализируют различные аспекты ведения диалогов, например, общение в семье, телевизионных ток-шоу, диалоги между врачами и пациентами.

Как утверждает Л.В. Шевелева, повышенный интерес к гендерным феноменам языка обусловлен выявленными фактами, подтверждающими, что язык не только антропоцентричен (ориентирован на человека), но и андроцентричен. Складывается четкая картина мира, которая основывается на мужской точке зрения¹⁸. Приведем примеры, иллюстрирующие данное утверждение.

1. Использование гендерно-специфических местоимений (he «он»).

2. Тождественность понятий «мужчина» и «человек» (во многих европейских языках, в частности, в английском, «мужчина» и «человек» – это одно и то же слово «man»).

¹⁶ Пратов С. И. Взаимосвязь гендерных стереотипов в отношении детей и гендерных представлений их родителей // Проблемы науки. 2020. № 10 (58). С. 98.

¹⁷ Копоть Л.В. Прецедентные тексты в медиадискурсе и их роль в актуализации гендерных стереотипов // Вестник Тверского государственного университета. 2020. № 4 (67). С. 129.

¹⁸

3. Использование имен существительных мужского рода для обозначения лиц любого пола или группы лиц разного пола.

4. В английском языке имена существительные женского рода чаще всего являются производными от имен существительных в мужском роде: «stewardess», «actress» и т.д.

5. Непараллельное использование существительных, обозначающих лиц мужского и женского пола: «man» и «wife» и т.д.

6. Употребление мужского обозначения к женщине – допустимо и довольно часто воспринимается многими, как комплимент. А женское обозначение к мужчине – оскорбление.

7. Использование слов, отражающих гендерные стереотипы: «virile», «ladylike» и т.д.

В английском языке отождествлены понятия «человек» и «мужчина», оба понятия обозначаются словом «man». Многие иностранные лингвисты отметили, что «man» имеет значение не только «male human being», но и просто «human being». В английском языке данный факт ярко выражен в фразеологических единицах, вследствие чего появилась тенденция исключения слова «woman» из повседневного употребления, что расценивалось как угнетение роли женщины в английском обществе. Примеры данного признака гендерной асимметрии в языке: «mankind», «man-made», «manhandle», «man of his word», «man's man», «dog is a man's best friend» и так далее. В английском языке существуют идиомы с компонентом «женщина» – например, «old wives tale» или «mother wit», однако они встречаются значительно реже, что также подтверждает факт андроцентричности языка.

Также, что касается имен существительных в английском языке, стоит отметить факт наличия гендерно-специфических названий профессий. Например, «chairman», «fireman», «mailman», «policeman», «cavemen», «businessman», «spacesman», «fireman» и так далее. Многим названиям с составной частью «man» подобрали приемлемые и вполне гендерно-нейтральные

эквиваленты, а также наименования профессий применимые отдельно к женщинам, образованные в том числе и суффиксальным способом, однако на сегодняшний день английский язык все еще находится в процессе реформирования, поэтому названия профессий, ориентированных на мужчин, встречаются гораздо чаще.

Рассматривая значения слов, обозначающих феномены феминности и маскулинности в толковых словарях английского языка, можно также сделать выводы о существовании гендерной асимметрии в языковом сознании американцев и британцев.

Анализ словарных дефиниций может способствовать выявлению гендерных стереотипов феминности и маскулинности, которые объективируются в определениях.

Словарь *Cambridge Dictionary*¹⁹ приводит следующие единицы, обозначающие женщин: Woman – an adult female person. Womanhood – the state of being a woman. Lady – a polite way of saying "woman". Girl – a female child or young woman. Female – belonging or relating to women, or the sex that can give birth to young or produce eggs. Femaleness – the fact or quality of being female. Feminine – having characteristics that are traditionally thought to be typical of or suitable for a woman.

Словарь *Cambridge Dictionary* приводит следующие лексические единицы, обозначающие мужчин: Man – an adult male human. Boy – a male child or young man. Lad – a boy or young man. Male – used to refer to men or boys, or the sex that fertilizes eggs, and does not produce babies or eggs itself. Maleness – the quality of being a man or a boy, or the fact of being the sex that fertilizes eggs, and does not produce babies or eggs itself.

Анализируя данные определения, можно понять, что все они указывают только на пол, и не отражают информацию о положительных или отрицательных стереотипах мужчин и женщин.

¹⁹ <https://dictionary.cambridge.org/ru/>

Merriam-Webster Dictionary приводит следующие определения: Woman – an adult female person. Womanhood – the distinguishing character or qualities of a woman or of womankind. Lady – a woman of superior social position. Girl – a female child from birth to adulthood. Female – of, relating to, or being the sex that typically has the capacity to bear young or produce eggs. Man (2) – an adult male human. Manhood (2) – qualities associated with men. Boy – a male child from birth to adulthood. Lad – a male person of any age between early boyhood and maturity. Male – of, relating to, or being the sex that typically has the capacity to produce relatively small, usually motile gametes which fertilize the eggs of a female.

*Merriam-Webster Dictionary*²⁰ дает несколько дефиниций словам «Man» и «Manhood». Основными являются те, в которых «Man» и «Manhood» относятся ко всем людям в целом. Так как в английском языке тождественны понятия «мужчина» и «человек» – это одно и то же слово «man».

В основном, во всех словарях анализируемые определения имеют нейтральное значение и не содержат гендерных стереотипов. Но примеры использования слов, которые даются в словарях, часто основаны на типичных стереотипах о женщинах и мужчинах. Например: «The current style in evening wear is soft, romantic, and feminine», «She looks more feminine with longer hair», «She's very pretty and feminine and I think men like that». Все примеры содержат типичные стереотипные характеристики женщин: «romantic», «longer hair», «pretty». Во всех примерах женщины и их феминность ассоциируется с нежностью, красотой и романтикой: «She grew up to become a confident and beautiful woman», «Lady is supposed to be elegant, sophisticated and polite». Чаще всего женщины ассоциируются с физической красотой и утонченностью: «He married the pretty girl next door», «Do you see that beautiful woman in a red hat?».

Важно также отметить, что многие примеры со словом «Femaleness»,

²⁰ <https://www.merriam-webster.com/>

приведенные в словарях, основаны на том, что женщины испытывают давление со стороны коллег мужчин: «Many women in the workplace are under pressure to negate their femaleness, and don't feel they can admit to having family responsibilities», «Some women try to hide their femaleness in the workplace, so they don't have to face any harassment».

Примеры с использованием слов, указывающих на мужской пол, также основаны на типичных стереотипах о том, что мужчина – глава и лидер, он должен быть сильным и храбрым: «The board of directors is dominated by white men», «It seemed they were fighting to prove their manhood», «You were the handsomest and strongest lad in 20 miles».

Также в некоторых примерах прослеживаются устоявшиеся идеи о том, что физический труд или работа с техническим оборудованием – исключительно мужская работа: «Working technical equipment seemed to be a male preserve».

В примерах к слову «Maleness» встречаются стереотипные суждения о том, что принадлежность к мужскому полу – один из факторов, который влияет на совершение каких-либо нарушений: «I would argue strongly that there are psychological factors, which are correlated with youth and maleness that predispose some drivers to commit violations».

Многие примеры использования слов, которые даются в словарях, передают нейтральную оценку, однако встречаются высказывания, в которых объективируются устоявшиеся стереотипы о мужчинах и женщинах. Примеры определений слов, относящихся к женскому полу, используются в контексте описания женской красоты и хрупкости, терпения и хозяйственности. В примерах, иллюстрирующих слова, обозначающие лиц мужского пола, встречаются оценочные суждения о мужественности и героизме, а также о том, что мужчины склонны к совершению правонарушений.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что изучение понятия «гендер», а также самих гендерных стереотипов ведется уже достаточно

длительное время. Гендерные стереотипы оказывают большое влияние на формирование идентификации людей и их поведения в обществе. А также оказывают достаточное воздействие на социальную стратификацию и профессиональную деятельность людей. Гендерные стереотипы присутствуют во всех сферах жизни людей и находят языковую объективацию и кодификацию в словарях, что оказывает влияние на сознание людей и их восприятие окружающего мира с самого раннего возраста.

2 СТЕРЕОТИПЫ ФЕМИННОСТИ И МАСКУЛИННОСТИ В МАТЕРИАЛАХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

В данной главе представлен анализ примеров языковой объективации гендерных стереотипов феминности и маскулинности в материалах СМИ США и Великобритании с целью установления лингвокультурной специфики представлений о феминности и маскулинности в англоязычном социуме.

Проблема гендерных стереотипов в обществе существует уже довольно давно, однако с течением времени она не теряет свою актуальность. В англоязычных СМИ часто поднимается тема феминизма, различные новостные агентства освещают вопросы и события, связанные с гендерной дискриминацией и ущемлением прав женщин.

Чаще всего, как показывает практика общения, мы сталкиваемся со случаями дискриминации женщин и их прав со стороны мужчин. Однако сегодня в СМИ стали освещаться случаи мизогинии со стороны самих женщин. Данные случаи происходят в различных сферах нашей жизни.

Интересы. В одной из недавних статей ежедневной газеты «The Guardian» поднималась проблема ущемления женщин самими женщинами, или с их помощью. В статье «From Rennard to Rochdale: whose side are you on in this war against **femaleness**?», опубликованной 17 января 2014 года. В самом

заголовке статьи содержится слово «femaleness», которое является ключевым в данном исследовании. Оно указывает, что в отношении феминности проводится своеобразная психологическая война. Автор Джонатан Фридленд рассматривал различные случаи этого явления. Один из примеров – бесплатная онлайн игра, в которой высмеиваются проблемы лишнего веса у девушек и идеализируется худое тело²¹. Игра была доступна детям в возрасте девяти лет и старше. Подобные приложения с детства навязывают стереотип о том, что только худая девушка может быть красивой. Создателем данной онлайн игры оказалась женщина.

Часто под фотографиями девушек можно заметить множество комментариев, указывающих на какие-либо изъяны. Часто самые резкие слова, осуждающие женщин, главным образом относительно их тела и внешности в целом, исходят от других женщин.

В киноиндустрии, как и во многих других сферах, гендерное неравенство наблюдается и сегодня. Кассовые сборы, в которых преобладают ориентированные на мужчин боевики, означают меньшее внимание к фильмам, которые явно привлекательны для женской аудитории. Данную проблему рассматривает Шэрон Ваксмэн в статье «Hollywood's Shortage of Female Power»²², опубликованной 26 апреля 2007 года в «The New York Times». В прокат все чаще выходят фильмы, больше ориентированные на мужскую аудиторию, и все меньше появляется кинокартин для женской аудитории старше 25 лет. «In general, female markets have been underserved, and the over-25 female audience is one that's dramatically underserved in the marketplace. You could speculate that it's because this is a male-driven world, with people greenlighting the movies they feel most close to». Беспокойство по поводу гендерного неравенства в данной индустрии подпитывается уходом за последние 14 месяцев трех из четырех женщин, занимавших высокие посты в крупных голливудских студиях. Все они были заменены мужчинами.

²¹ <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/jan/17/feminism-women>

²² <https://www.nytimes.com/2007/04/26/movies/26wome.html?searchResultPosition=46>

Автор статьи указывает, что профессор университета Сан-Диего обнаружила, что число женщин, работающих режиссерами, сценаристами, продюсерами и редакторами, сократилось в 2006 году по сравнению с предыдущим годом с 16 % до 15 %. Также она подсчитала, что количество женщин-руководителей в студиях лишь немного выше, возможно, 20 %. Во время собеседования с кандидатами в продюсерскую компанию «Mandalay Entertainment» руководитель студии была поражена количеством безработных женщин-руководителей, с которыми она столкнулась: «I see a definite problem with the lack of support for women at the lower ranks, which may ultimately create a lack of women who could be viable for the top-dog jobs». Гендерное неравенство на рабочих местах в киноиндустрии и не только связано с устоявшимся стереотипом о том, что мужчина добьется больше успеха в роли руководителя, чем женщина. А также стереотипом о том, что серьезная и ответственная работа может быть выполнена качественно только мужчиной.

Романтические комедии считаются менее успешными в прокате, чем боевики с участием мужчин или фантазийные приключения, наполненные спецэффектами. Многие мужчины, под влиянием стереотипа о том, что такой жанр как романтические комедии предназначен для просмотра исключительно женской аудитории, избегают просмотра подобного рода фильмов. Однако существует ложный стереотип о том, что женщины предпочитают для просмотра фильмы в жанре драма, мелодрама или романтическая комедия, Женщины тоже смотрят такие фильмы, как «ужасы», боевики или триллеры, поэтому Голливуд все больше и больше экспериментирует с жанрами ужасов и приключений, чтобы привлечь женщин в кинотеатры: «Even “300,” the abs-and-sandals fanboy’s favorite, enhanced the role of the Spartan queen, Gorgo, to boost the movie’s appeal to women».

Всего 4 % видеоигр имеют главных персонажей женского пола. В список из 30 ожидаемых фэнтезийных романов вошли только семь персонажей женского пола, а список научной фантастики с двумя женскими персонажами воспринимается как своего рода победа.

В статье «Forget Iron Man-child – let's fight the white maleness of geek culture»²³ Дэмьена Волтэра, опубликованной 31 января 2014 года в «The Guardian», рассматривается проблема мужского доминирования в творческой сфере производства развлекательного контента: «Money is the bottom line in the uniform white **maleness** of geek culture».

Развлекательные конгломераты, которые производят большую часть этого контента, боятся творческих женщин, потому что считают, что это может привести к снижению прибыли. А также, что женщины не смогут добиться большего успеха и точно угодить целевой аудитории. Предубеждения, основанные на гендерных стереотипах, накладывают ограничения на производимый контент, а также создают препятствия для женщин в работе.

Парни покупают намного больше игр. И поэтому именно к ним приковано внимание отделов корпоративного маркетинга. Однако это не лучший подход для молодых людей. Им постоянно преподносят фантазии о власти. Так с самого раннего возраста мальчикам закладываются в сознании стереотипы о том, что лидером может быть только мужчина. А также это может способствовать задержке развития многих современных мужчин, которые затягивают свой подростковый возраст до 20, 30 или даже 40 лет.

К женщинам в спорте также приковано пристальное внимание. Если женщина показывает выдающийся результат на соревнованиях, особенно международных, таких, например, как Олимпийские Игры или Чемпионат Мира, то сразу поднимается вопрос о том, насколько честно она пришла к этой победе.

Так, в статье Сэма Мёрфи «London 2012 Olympics: is measuring athletes' **'femaleness'** ever acceptable?», опубликованной 14 июня 2012 года в «The Guardian», уже в заголовке статьи ставится под сомнение допустимость измерения женской феминности в спорте. В самой статье говорится о

²³ <https://www.theguardian.com/books/booksblog/2014/jan/31/iron-man-white-male-geek-culture-fantasy-science-fiction>

спортсменах, которым, помимо изнурительных тренировок и тяжелой моральной подготовки, приходится сталкиваться с оценкой их феминности и маскулинности.

В данной статье также приводится пример победы южноафриканской легкоатлетки Кастер Семеня на Чемпионате Мира с огромным отрывом в 2 секунды. Такой успех создал много поводов для сомнений и споров среди общественности: «No one's accusing Semenya of taking drugs – just of being too manly to be female»²⁴. Маскулинные черты внешности и лучший результат стали поводом для проведения теста на проверку пола. Пока дело Семеня рассматривалось, ей запретили участвовать в соревнованиях.

Подобные обвинения и расследования негативно отразились на моральном состоянии спортсменки. Все это привело к ухудшению ее спортивных показателей. Таким образом, предубеждения по поводу внешности негативно отразились на спортивной карьере молодой девушки: «"For me, she is not a woman," said the Italian athlete Elisa Piccione, one of Semenya's rivals at the Berlin race». Комментарий соперницы о том, что она не считает Семеня женщиной, еще раз наталкивает на вывод о том, что женщины так же часто дискриминируют и осуждают женщин, как и мужчины.

Внешний вид. В статье Аллисии Элэйн «What makes a man? Across generations, photographers have provided eclectic answers»²⁵, опубликованной 20 февраля 2020 года «CNN», автор рассматривает измененное отношение мужчин к стереотипным гендерным нормам относительно их внешности и поведения: «On the red carpet and in magazine pages, it's impossible to ignore the wave of men disregarding stereotypes of **masculinity**».

В настоящее время, все больше и больше мужчин начинают появляться на крупных мероприятиях, в журналах и социальных сетях в ярких, экстраординарных образах. Все чаще можно встретить мужчину в платье, с

²⁴ <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/jun/14/olympics-2012-measuring-athletes-femaleness-acceptable>

²⁵ <https://edition.cnn.com/style/article/barbican-masculinity-exhibition-gender/index.html>

макияжем и маникюром на обложке журнала или в сводке новостей. Как, например, Фаррелл Уильямс, известный по всему миру американский музыкант и продюсер, появился в платье от «Valentino» на обложке одного из выпусков журнала GQ.

Недели моды предлагают мужчинам новые необычные способы разнообразить свой гардероб. Известный дизайнер Ричард Куинн продемонстрировал украшенные драгоценностями и перьями, с использованием корсетов образы на своем дебютном показе мужской коллекции одежды в Лондоне: «We've never been so appreciative and accepting of other lifestyles, other ways of being, other ways of presenting oneself». Автор считает, что в данный момент люди находятся на той стадии принятия себя и окружающих, на которой еще никогда прежде не были. Каждый день люди учатся принятию себя, самовыражению, борются со страхом осуждения со стороны окружающих.

Статья Роса Коварда «Boys must still be boys»²⁶, опубликованная 12 марта 2002 года в «The Guardian», повествует об изменениях в стиле мужчин за последние несколько лет. Речь в публикации идет о том, что в начале 70-х годов XX века мужчины стали отходить от своего привычного стиля, который отражал их стереотипную строгость и мужественность: «Men were throwing off rigid models of **masculinity**, letting their hair grow and wearing feminine robes».

В статье автор намекает на то, что стиль мужчин стал отклоняться в сторону женственности: длинные волосы, расслабленные рубашки, цветочный принт и так далее. Несложно заметить очевидные гендерные стереотипы, которые присутствуют в тексте автора, который, как и многие, ассоциирует эти атрибуты внешности исключительно с женским стилем и признаками феминности. Подобные стереотипы накладывают ограничения на образ жизни человека, на его поведение. В попытках избежать осуждения, некоторые мужчины боятся самовыражения и вынуждены скрываться под маской

²⁶ <https://www.theguardian.com/comment/story/0,3604,665862,00.html>

строгости.

В одной из статей Эллисон Хоуп «'Encanto' shifts the **female** paradigm»²⁷, опубликованной 28 декабря 2021 года «CNN», автор рассуждает на тему нового взгляда на понятие женственности и мужественности в одном из недавно вышедших в прокате мультфильмов компании Дисней – «Энканто». «Энканто» – последний фильм Диснея, 60-й в его анимационном репертуаре, он появился в кинотеатрах в конце ноября. Мультфильм наполнен более позитивными, разнообразными женскими образами, чем любой другой фильм компании Дисней: «Encanto's **female** characters refreshingly diverge from Disney's long history of casting Barbie-like sexualized figures who are missing ribs (think: "Cinderella," "Snow White")».

Женские персонажи «Энканто» отличаются от долгой истории развития стереотипных женских персонажей Диснея: утонченных, красивых принцесс, ждущих своего принца на белом коне. Даже когда они преодолевают трудности в своей жизни, им все равно необходимо быть спасенными мужским поцелуем («Спящая красавица», Ариэль в «Русалочке», принцесса Жасмин в «Аладдине»). И даже целеустремленные, сильные девушки, которые становятся героями и примерами для подражания («Моана», «Покахонтас») – это по-прежнему женственные, с маленькими чертами лица эффектные женщины с длинными волосами и небольшим количеством одежды. Персонажи «Энканто» противоположно отличаются от предшествующих их женских персонажей других мультфильмов Дисней. Мирабель в «Энканто» – героиня в очках, с широким носом и густыми бровями, противопоставляющая себя современному обществу.

Более того, сестра главного героя, Луиза – сильная женщина с накачанными мышцами и мужеподобным поведением: «She would undoubtedly be **male** in any other movie, but is pleasantly **female**, and just happens to have a more **masculine** gender expression». Она прекрасная женщина и просто имеет

²⁷ <https://edition.cnn.com/2021/12/27/opinions/disney-encanto-female-representation-hope/index.html>

более мужественное гендерное выражение, но в любом другом фильме ее персонажа бы переделали в мужчину.

Семья в мультфильме преимущественно женская, ею управляет бабушка – женщина с квадратной челюстью и широкой походкой, к которой все прислушиваются. В фильме нет ни отца, ни деда, ни мэра, ни президента, ни других авторитетных мужских фигур: «No **male** present or in utterance, to step in and take charge or exert his **maleness** to drive the plot forward».

Проблема стереотипных женских персонажей, которых раньше транслировали во всех фильмах компании Дисней в том, что многих девушкам довольно сложно ассоциировать себя с подобными героями. А в некоторых случаях, девушки чувствуют себя неполноценными, когда не подходят под предписанные рамки женственности. Все это с самого раннего возраста порождает в девушках комплексы, неуверенность в себе и в своих силах. Что в дальнейшем может стать большим препятствием на их личном и социальном пути.

Карьера. Подобные случаи довольно часто происходят с участием известных личностей, известных политических деятелей. В статье Джилл Филипович «Trump's attack on Lisa Page reveals his misogyny», опубликованной 3 декабря 2019 года «CNN», освещался скандальный случай с участием бывшего президента США Дональда Трампа. Трамп и его приемники старались унижить, очернить и оскорбить государственного адвоката Лизу Пейдж за ее критику бывшего президента, а также за ее роман с женатым коллегой. Все внимание и гнев политических деятелей, общественности и СМИ было направлено только на Пейдж, однако в скандале была замешана не только она. «Recall that Trump himself cheated on and humiliated his first wife – the mother of three of his children»²⁸. Дональд Трамп сам не раз был уличён в неверности своей супруге. Несмотря на все это, в подобных ситуациях всеобщему осуждению подвергается, по большей части, девушка.

²⁸ <https://edition.cnn.com/2019/12/02/opinions/lisa-page-filipovic/index.html>

Это далеко не первый подобный скандал с участием Трампа, в котором он выражает свою неприязнь по отношению к женщинам. «Trump has a history here: He is going after anyone who critiques him, but women seem to draw a particular brand of ire. They are "nasty," he says over and over. He obsesses over their sexuality, their sexiness. It's clear that, for women, he believes **femaleness** itself is a failing». Дональд Трамп – показательный пример того, как укоренившиеся стереотипы относительно женственности способствуют развитию мизогинии и становятся причиной массовой травли и унижения женщин.

Рассмотрим далее статью Шерил Сандберг «Speaking While **Female**», опубликованную 12 января 2015 года в газете «The New York Times». Слово «Female» в заголовке статьи уже намекает на то, что женщины сталкиваются с некоторыми трудностями во время публичных выступлений. Статья посвящена общественной реакции на публичные выступления женщин и мужчин: «Almost every time women started to speak, they were interrupted or shot down before finishing their pitch. When one had a good idea, a male writer would jump in and run with it before she could complete her thought»²⁹.

Основная проблема, которая поднимается в данной статье – это различие в реакции публики на выступления женщин и мужчин. Довольно часто происходят случаи, когда женщину во время выступления перебивают или не дают ей закончить мысль: «When a woman speaks in a professional setting, she walks a tightrope. Either she's barely heard or she's judged as too aggressive. When a man says virtually the same thing, heads nod in appreciation for his fine idea. As a result, women often decide that saying less is more».

На официальных мероприятиях к женщинам и их выступлениям относятся скептически, в то время как мужскую речь все слушают внимательно и с уважением: «Male executives who spoke more often than their peers were rewarded with 10 percent higher ratings of competence. When female executives spoke more than their peers, both men and women punished them with

²⁹ <https://www.nytimes.com/2015/01/11/opinion/sunday/speaking-while-female.html?searchResultPosition=10>

14 percent lower ratings». Более того, выступления напрямую отражались на их рейтинге: у женщин он падал на 14%, у мужчин же наоборот поднимался. Как показывают исследования, это привело к тому, что женщин-выступающих становится все меньше и меньше. Таким образом, стереотипы, устоявшиеся в сознании слушателей, оказывают негативное влияние на жизнь женщин, на их карьеру и социальную активность.

Для того, чтобы избежать ущемления прав или особого отношения, зачастую негативного, некоторым девушкам приходится проходить через изменения себя и своей женственности. Статья Кэролайн Криадо-Перес «Caroline Criado-Perez: 'I realised I'd been sold a lie about women»³⁰, опубликованная 5 апреля 2016 года на сайте «CNN», посвящена тому, как британская писательница, журналистка и активистка Кэролайн Криадо-Перес под влиянием стереотипов и предубеждений не хотела ассоциировать себя с женщинами, и пыталась не быть женственной: «When I met new people they could see my **femaleness** instantly. They treated me accordingly. I worked harder to hide it», «I eschewed feminine markers. I wouldn't wear heels or make-up. I refused to show emotions. I made crude sexist jokes». Кэролайн считала, что добиваются успеха, совершают великие дела, влияющие на весь мир, только мужчины, в то время как женщины заняты покупками и уборкой по дому. Позже к ней пришло осознание того, что женщины могут заниматься не менее значимыми вещами, которые точно так же могут оказать влияние на мир. И это послужило толчком в ее карьере. Однако эта мысль пришла к ней не сразу, так как история преуменьшает важность женщин, их заслуги и успех.

На жизнь человека могут влиять стереотипы, устоявшиеся в его же сознании. Стереотипы о том, что женщина, в первую очередь, хранительница очага, домохозяйка мешают девушкам добиваться успеха и развиваться в других областях, останавливают их от получения новых знаний и нового опыта. Подобные установки в сознании напрямую влияют и ограничивают

³⁰ <https://www.theguardian.com/books/2016/apr/05/caroline-criado-perez-i-realised-id-been-sold-a-lie-about-women>

социальную жизнь человека.

Стереотипное представление о том, каким должно быть поведение женщины может стать причиной негативного отношения со стороны мужчин или других женщин. Пример типичного стереотипа: девушка должна быть скромной, хозяйственной, заботиться об уюте в доме, в котором и должна проводить большинство своего времени. Нередко встречаются случаи, когда некоторых женщин, чья модель поведения или образ жизни не подходит под определение нормы для какого-либо мужчины, могут оклеветать и унижить.

В статье Кейт Цернике «Gains, and Drawbacks, for Female Professors», опубликованной 21 марта 2011 года в «The New York Times», автор рассматривает очередной случай гендерного неравенства в сфере науки: «The Massachusetts Institute of Technology acknowledged 12 years ago that it had discriminated against female professors in “subtle but pervasive” ways, it became a national model for addressing gender inequity»³¹. Несмотря на то, что Массачусетский технологический институт признал и попытался предпринять действия для того, чтобы устранить данную проблему, полностью добиться гендерного равенства и равного отношения не удалось: «Many female professors say that M.I.T.’s aggressive push to hire more women has created the sense that they are given an unfair advantage». Несправедливое преимущество, даже в отношении женщин, все равно является признаком гендерного неравенства: «But with the emphasis on eliminating bias, women now say the assumption when they win important prizes or positions is that they did so because of their gender». Женщины вынуждены смириться с предположениями коллег-мужчин, что награду за свои успехи и достижения они получили благодаря своему гендерному статусу.

В то время как 12 лет назад женщины, находящиеся на стажировке, опасались, что рождение ребенка разрушит их карьеру, нынешняя политика ввела в норму создание семьи. Университет предоставляет годовую паузу в

³¹ <https://www.nytimes.com/2011/03/21/us/21mit.html?searchResultPosition=47>

сроках пребывания на должности, и каждый получает отпуск на длительный срок после рождения ребенка. В кампусе есть дневной уход и субсидии на уход за детьми во время командировок. Тем не менее, теперь женщины обеспокоены частыми приглашениями на дискуссии в университете, чтобы обсудить их баланс между работой и личной жизнью: «In interviews for the study, they expressed frustration that parenthood remained a women's issue, rather than a family one». В интервью для исследования женщины выразили разочарование тем, что уход за детьми остается женской, а не семейной проблемой. Несмотря на принятые меры для создания равных и комфортных условий для девушек на рабочих местах, все еще сохраняется стереотип о том, что воспитание детей, а также совмещение этого процесса с работой, является женским занятием. В то же время, некоторые мужчины используют отпуск по семейным обстоятельствам, чтобы выполнять работу вне дома, вместо того, чтобы быть основным опекуном своих детей, что создает еще большее профессиональное неравенство.

На сегодняшний день, женщинам эти проблемы могут показаться незначительными, поскольку уже заметен большой прогресс в установлении равных прав в личном рабочем пространстве. Но нельзя недооценивать существующие на сегодняшний день проблемы, они по-прежнему создают неравное рабочее пространство для женщин не только в университетах, и не только в Массачусетском технологическом институте.

В статье Мэйв Рестон «Elizabeth Warren defines the gender trap»³², опубликованной 6 марта 2020 года «CNN», рассматривается речь Элизабет Уоррен, которая говорила от имени миллионов женщин, когда ее спросили, какую роль сыграл гендер в ее президентской кампании. Уоррен считает, что этот вопрос – ловушка для женщин. По ее словам, если вы скажете: «Да, в этой гонке присутствовал сексизм», все ответят: «Нытик». А если вы скажете: «Нет, сексизма не было», около миллиарда женщин подумает: «На какой планете вы

³² <https://edition.cnn.com/2020/03/05/politics/warren-gender-analysis/index.html>

живете?»: «And it came on a day when many **female** voters felt a profound sense of sadness, in part because it will be another four years before a woman has a shot at the White House».

В данной статье автором поднимается вопрос о том, что результат доминирования мужских кандидатов и их успеха на выборах в 2020 году оказал сильное влияние на общество в современный век расширения прав и возможностей.

Много раз, во многих видах контекста, по словам автора статьи, мы видели умную, компетентную, динамичную женщину, которая настолько на голову и плечи выше всех остальных в комнате, что ее игнорируют. Если женщина выходит за рамки стереотипных представлений, которые по сей день присутствуют в сознании многих мужчин и даже женщин, к ней относятся с недоверием и предвзятостью.

Однако, уточняет Мэйв Рестон, нельзя отрицать, что так же существуют и гендерные стереотипы в отношении мужчин. Если прислушиваться к стереотипам, то можно себе представить сильного, серьезного мужчину-лидера, который ответственно подходит к своей работе и получают высокую заработную плату. Все эти вышеперечисленные представления о мужчине рисуют нам ложную картину и создают высокие ожидания от мужчин и поступков, которые они совершают. Ложные представления, которые не совпадают с реальностью, приводят к разочарованию, а в некоторых случаях и к конфликтам.

В статье Барбары Эллен «When big boys cry»³³, опубликованной 25 марта 2001 года в «The Guardian», рассматривается современное общество, которое разочаровалось в своем стереотипе о мужчинах, все меньше и меньше ожидает от них: «The very currency of **maleness** to be at an all-time low in the Western 'gender economy».

Довольно легко нарисовать яркую социологическую картину. Девочки

³³ <https://www.theguardian.com/theobserver/2001/mar/25/features.magazine7>

бьют мальчиков в школе, женщинам по-прежнему платят меньше, но также они лучше адаптируются и, следовательно, более востребованы на рабочем месте. Женщины провоцируют начало большинства отношений, а также прекращают подавляющее большинство из них: «**Femaleness** prospering, evolving, moving on, swinging a jaunty briefcase. **Maleness** on the ropes, skidding beligerently and pathetically in its own bloody, beery juices». Женственность процветает, развивается, движется дальше, мужественность же подвергается сомнению.

Когда женщины чувствовали, что их притесняют и унижают, они организованно давали отпор: «Now that men feel the same way, they wail to the press about how badly they are being treated, and how confused they are». Мужчины же подходят к подобным случаям с другой стороны, менее серьезно, более инфантильно.

В сфере моды также актуальна проблема гендерного неравенства, особенно когда речь идет о руководящих должностях. В статье Элизабет Пэйтон «In Luxury, the **Female** Factor»³⁴, опубликованной 1 декабря 2015 года в «The New York Times», автор пытается осветить данную проблему. Для многомиллиардной индустрии, движущей силой которой является покупательская способность женщин, глобальная мода является отраслью, в которой доминируют мужчины, причем не только в творческом, но и в коммерческом плане: «As of last September, it found that fashion and luxury boards had an average female membership of 25 percent».

В модных компаниях по-прежнему процент женщин, занимающих руководящие должности, намного ниже, чем процент мужчин. Несмотря на то, что существует стереотип о том, что красивая и модная одежда создается исключительно для женщин, в сфере моды верх берет стереотип о том, что роль руководителя подходит больше для мужчины

Поведение. Не так давно в лондонской художественной галерее

³⁴ <https://www.nytimes.com/2015/12/02/fashion/in-luxury-the-female-factor.html?searchResultPosition=35>

проходила международная выставка «**Masculinties: Liberation Through Photography**»³⁵. Шесть разделов выставки демонстрируют, как фотографы отразили в своем творчестве консервативные представления о мужественности, освещая различные мужские сообщества: «Taken together, they highlight how frequently the **masculine** experience has been reduced to a straight, white, middle-class experience». Работы, представленные на выставке, отражают то, как понятие «maleness» всегда раскрывалась через образ белого мужчины среднего класса.

Молодые мужчины испытывают наибольшее давление, чтобы соответствовать социальным требованиям, причем две трети мужчин в возрасте от 18 до 24 лет чувствуют себя вынужденными проявлять гиперболизированное мужское поведение по сравнению с 30% мужчин старше 45 лет.

Исторически дискуссии о гендере и личном пространстве были сосредоточены на женщинах и нехватке места, которое им предоставляется в общественной сфере, но мы также должны признать, что у мужчин тоже есть это личное пространство, и часто именно там воспроизводится мужественность, где мужчин обучают, как соответствовать своему полу.

Эндрю Мойзи, фотограф и доцент Корнелльского университета, получил доступ к такому пространству в 2000 году, когда продемонстрировал свои работы сообществу Калифорнийского университета в Беркли. Фотографии, которые он сделал в течение следующих семи лет, собранные и представленные в его книге «Американское братство», запечатлели унижительные ритуалы дедовщины, опасное пьянство и вакханалии в студенческом городке, где процветали насилие и мизогиния. На одной из фотографий пьяный парень из братства бьет собаку. Фотограф использовал эту фотографию как финальный штрих,

³⁵ <https://edition.cnn.com/style/article/barbican-masculinity-exhibition-gender/index.html>

чтобы продемонстрировать потенциальный вред, указывая в своей речи на то, что мужчины, достигшие совершеннолетия в студенческих общежитиях, заняли самые высокие посты в корпоративной и политической власти, в том числе 5 из последних 11 президентов США. Отражая данный опыт в галерее, Мойзи надеется, что сможет побудить людей задуматься о негативном влиянии стереотипных представлений, принятых за понятие нормы.

Художественное шоу не ставит целью ответить на вопрос, что такое мужественность. Речь идет о том, чтобы открыть дискуссию, чтобы начать думать о проблеме. Мужчины действительно должны быть освобождены от рамок, от этого очень узкого определения того, что значит быть успешным мужчиной. Успех достигается не только на основании половой принадлежности. Есть много других способов достичь чего-то в жизни.

В своей статье Саймона Барона-Козна «They just can't help it»³⁶, опубликованной 17 апреля 2003 года в «The Guardian», автор рассматривает существование существенных различий между мужским и женским мозгом. Его теория состоит в том, что женский мозг в основном запрограммирован на эмпатию, а мужской мозг запрограммирован преимущественно на понимание и построение систем.

Автор пишет, что люди выбирают разные вещи для чтения в газетном киоске на железнодорожном вокзале или в зале вылета аэропорта. Женщины с большей вероятностью обратятся к полке с журналами о моде, романтике, красоте, эмоциональных проблемах, консультациях, советах по отношениям и воспитанию детей. Мужчины чаще ходят к журнальным стойкам с компьютерами, автомобилями, лодками, фотографиями, разделам «сделай сам», спортом, музыкальным оборудованием, боевиками, оружием, рабочими инструментами и природой.

Также автор перечисляет и описывает типичные увлечения мужчин и женщин. Мужчины с большей вероятностью проводят часы, с удовольствием

³⁶ <https://www.theguardian.com/education/2003/apr/17/research.highereducation>

занимаясь обслуживанием автомобилей или мотоциклов, пилотированием самолетов, парусным спортом, наблюдением за птицами или поездами, математикой, настройкой своих звуковых систем, компьютерными играми и программированием. Женщины с большей вероятностью проводят часы за готовкой, консультируя друзей по проблемам в отношениях или заботясь о друзьях, соседях или домашних животных.

В описании увлечений и интересов мужчин и женщин, которое приводит автор, можно заметить типичные стереотипные представления. А также важно подчеркнуть, что перечисление занятий, которые автор обозначает «мужскими», гораздо более объемное и разнообразное, чем у женщин. В мужском списке намного больше интересных, развивающих и различных между собой занятий. В женском списке лишь небольшое количество тем и увлечений, и все они связаны только с красотой, отношениями и детьми.

В статье приводится пример, как девочки в возрасте 12 месяцев более сочувственно реагируют на страдания других людей, проявляя больше беспокойства через грустные взгляды, сочувствующие звуки и утешение. Это перекликается с тем, что вы видите во взрослой жизни: все больше женщин сообщают, что часто делятся эмоциональными переживаниями со своими друзьями и тратят больше времени на утешение людей.

Существуют также половые различия в проявлении агрессии. Мужчины, как правило, проявляют гораздо более «прямую» агрессию, например, толкают и бьют кулаками. Женщины склонны проявлять больше скрытой агрессии. Это включает в себя сплетни, игнорирование и едкие замечания.

Можно сказать, что для того, чтобы ударить кого-то по лицу или физически ранить, требуется намного более низкий уровень эмпатии, чем словесное проявление агрессии. Несмотря на то что в своей статье автор рассуждает на тему биологических различий в работе мозга у мужчин и женщин, нельзя не заметить, что все факты, приведенные в статье, подкреплены гендерными стереотипами о том, какие занятия, увлечения и интересы относятся к мужским, а какие к женским, и кто лучше справляется с

определенным видом работы.

Недавняя трагичная смерть всемирно известного музыкального исполнителя Честера Беннингтона послужила поводом для поднятия важных проблем насилия над мужчинами. В статье Джоан Кук «Chester Bennington's life may help male sex abuse victims speak up»³⁷, опубликованной 23 июля 2017 года «CNN», автор затронула одну из таких проблем.

Несмотря на то что причиной смерти исполнителя признали суицид, многие клинические психологи и исследователи считают, что проблемы в прошлой жизни могли стать провоцирующим фактором суицида. Честер Беннингтон открыто заявил, что пережил сексуальное насилие в детстве, которое преследовало его и, по его словам, способствовало чрезмерному употреблению наркотических веществ и алкоголя.

Довольно часто мальчиков и мужчин, подвергшихся сексуальному или любому другому виду насилия, игнорировали, их проблемы преуменьшали или подвергали стигматизации со стороны общества, а иногда и со стороны медицинского сообщества. Одно исследование, проведенное в Соединенных Штатах Америки, показало, что каждый шестой мужчина в какой-то момент своего детства подвергается сексуальному насилию.

Ученые доказали, что лица, пережившие сексуальное насилие в детстве, подвергаются повышенному риску развития широкого спектра медицинских, психологических, поведенческих и сексуальных расстройств. Подобная травма связана с психическими расстройствами, включая посттравматическое стрессовое расстройство (ПТСР), злоупотребление психоактивными веществами и зависимость, депрессию, тревогу и суицидальное поведение. Подобного рода травма также связана с повышенным риском различных заболеваний, более частым обращением за медицинской помощью и низким качеством жизни.

Тем не менее, большая часть исследований сексуального насилия,

³⁷ <https://edition.cnn.com/2017/07/22/opinions/chester-bennington-sex-abuse-opinion-cook/index.html>

включая разработку и тестирование психосоциальных вмешательств, сосредоточена на женщинах. Именно женщин принято представлять, как жертв, как хрупких, слабых, нуждающихся в помощи и защите. Мужчин же в обществе всегда принято считать сильными, мужчины не должны проявлять слабость и жаловаться. Именно нежелание показаться слабыми перед людьми вокруг часто мешает многим мужчинам высказаться, обратить внимание на свои травмы и переживания, что впоследствии приводит к их замкнутости, агрессии, психическим расстройствам и плохому образу жизни. Это также демонстрирует гендерное неравенство, которое очевидно приводит к негативным последствиям. Необходимо изменить данную систему, чтобы помочь многим людям, таким как Честер Беннингтон.

Мужчин учат быть жесткими, бесстрашными и отрицать собственную уязвимость. Им говорят никогда не плакать и не испытывать грусти: «They feel tarnished in terms of their **maleness**» – Они зачастую чувствуют себя лишенными своей мужественности, бессильными и неуверенными в себе. И в результате некоторые из этих мужчин изгоняют различного вида насилие из своей психики, отрицают, что оно когда-либо имело место, минимизируют его воздействие, нормализуют или оправдывают то, что с ними произошло, или занимаются опасным поведением, например, наркотиками или алкоголем, чтобы заглушить его. Для решения подобных проблем важно бороться с предубеждениями и гендерным неравенством не только в отношении женщин, но и мужчин.

Несмотря на то что существует множество случаев и статей, опубликованных в СМИ, доказательств пренебрежительного отношения, унижения и ущемление прав мужчин, все равно количество подобных статей значительно меньше количества опубликованных материалов о случаях насилия, угнетения и неравного отношения в отношении женщин. Для того, чтобы сократить количество подобных случаев в отношении женщин и мужчин, важно не только бороться с самими проблемами, но и с установленными в обществе гендерными стереотипами, ведь именно они

зачастую становятся причиной негативных последствий. Важно привлекать как можно больше внимания к проблеме существования подобных стереотипов и последствий, которые они с собой несут. А также с самого раннего возраста прививать принципы гендерного равенства между мужчинами и женщинами.

В ходе анализа 85 статей новостных интернет-порталов «CNN», «The Guardian», «The New York Times» было найдено 225 слов, характеризующих женщин. Ключевыми из них стали такие слова, как «**beautiful**» (25 случаев употребления), «**weak**» (36 случаев употребления), «**elegant**» (14 случая употребления).

Были выявлены как положительные, так и отрицательные характеристики феминности. К положительным характеристикам относятся: «beautiful», «elegant», «romantic», «tender», «independent» и др. К отрицательным характеристикам относятся: «weak», «stubborn», «silly», «unreliable» и др.

Ниже приводится диаграмма соотношения положительных и отрицательных характеристик женщин в статьях СМИ.

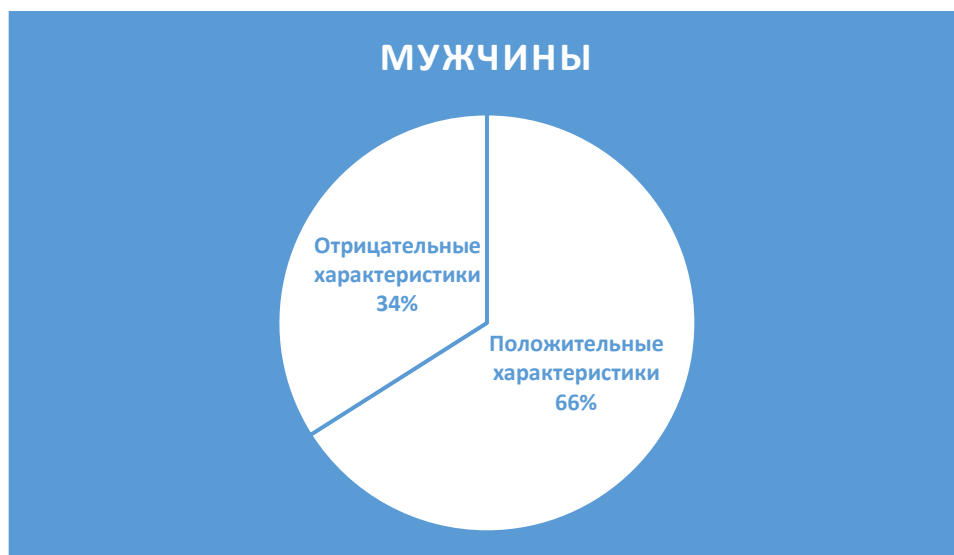


Также было найдено 216 слов, характеризующих мужчин. Ключевыми из них стали такие слова, как «**strong**» (36 случаев употребления), «**aggressive**» (26 случаев употребления), «**leaders**» (47 случая употребления).

Были выявлены как положительные, так и отрицательные

характеристики. К положительным характеристикам относятся: «smart», «handsome», «self-confident», «strong», «intelligent» и др. К отрицательным характеристикам относятся: «aggressive», «hot-tempered», «sloppy» и др.

Ниже приводится диаграмма соотношения положительных и отрицательных характеристик мужчин в статьях СМИ.



Распределение оценок по категориям позволило заключить, что в статьях встречаются как отрицательные, так и положительные стереотипы о мужчинах и женщинах.

Также были получены результаты количественных подсчетов женских стереотипов как объективации феномена феминности. Результаты приведены в Таблице 1.

Таблица 1.

Стереотипы	Количество положительных характеристик	Количество отрицательных характеристик
1. Внешний вид	10	2
2. Поведение	5	3
3. Карьера	3	8
4. Интересы	5	4
	23	17

Большая часть положительных характеристик относится к внешнему виду женщины (10 характеристик), что говорит о том, что данный параметр

является наиболее ценным с точки зрения современного общества. Что касается карьеры женщин, данный пункт оценивается преимущественно отрицательно, тем самым авторы указывают на то, что карьера не является приоритетом в жизни многих женщин.

Стереотипы относительно внешнего вида характеризуются следующими словами: «long hair», «elegant dress», «stunning makeup» и др. Стереотипы относительно поведения характеризуются следующими выражениями: «chatty and easy going», «women are not able to control their emotions». Стереотипы относительно карьеры характеризуются выражениями: «women can't cope with stress during a meeting», «women are not able to control their emotions even at a work place». Стереотипы относительно интересов характеризуются следующими словами и выражениями: «into cooking», «women love gossiping», «discussing relationship is a favorite topic» и так далее.

Также были получены результаты количественных подсчетов мужских стереотипов как объективации феномена маскулинности. Результаты приведены в Таблице 2.

Таблица 2

Стереотипы	Количество положительных характеристик	Количество отрицательных характеристик
1. Внешний вид	7	2
2. Поведение	4	10
3. Карьера	17	2
4. Интересы	7	4
	35	18

Большая часть положительных характеристик касается карьеры (17 характеристик). Это говорит о том, что именно успехи в рабочей сфере определяют мужчину в обществе. Наименьшее количество положительных (4) и наибольшее количество отрицательных характеристик (10) относятся к поведению. Из этого следует, что мужчины в обществе ассоциируются с негативным поведением.

Стереотипы, касающиеся внешнего вида мужчин, характеризуются

следующими словами: «handsome», «string arms», «messy look» и др. Стереотипы, касающиеся поведения, характеризуются следующими выражениями: «aggressive in the mornings», «always reserved». Стереотипы, касающиеся карьеры, характеризуются следующими выражениями: «top leader», «ambitious». Стереотипы, касающиеся интересов, характеризуются следующими словами и выражениями: «take magazines about math or fishing», «into sport», «build a house» и др.

Как показал анализ материала, мужчин чаще ассоциируют с политикой, музыкой, наукой. Женщин в статьях часто описывают как хрупких, нежных, слабых, нуждающихся в мужской защите созданий. Женщины чаще упоминаются в контексте семьи, воспитания детей и построения отношений.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что изучение гендерных стереотипов и привлечение внимания к проблеме их влияния в обществе является важным шагом для решения проблем гендерного неравенства и гендерной дискриминации. Гендерные стереотипы оказывают большое влияние на формирование здоровых отношений между людьми в обществе. А также оказывают существенное воздействие на их профессиональную деятельность.

Стереотипы **феминности** и **маскулинности**, как показал анализ материалов СМИ, представляют собой оценочные суждения, которые в языковой форме объективируют ряд наиболее существенных характеристик, присущих каждому полу и выполняющих идентифицирующую и ориентировочную функции в процессе коммуникации.

Феномен феминности и маскулинности в английском языке выражается преимущественно словами и словосочетаниями, смысл которых позволяет делать вывод о том, что феминность, по-прежнему, ассоциируется в обществе с привлекательными внешними характеристиками, домашним бытом и эмоциональностью. Наиболее ценными качествами для женщин являются красота, элегантность, нежность, романтичность, а также независимость. В то время, как феномен маскулинности сегодня поставлен под сомнение. В одном

понимании маскулинность обозначает силу и успешную карьеру, крепкое телосложение, уверенность. Но также есть новое альтернативное определение маскулинности, которое подразумевает более женственное поведение и внешний вид, увлечение индустрией развлечений. Однако больше всего в мужчинах ценятся такие качества, как ум, строгий внешний вид, уверенность в себе, сила и амбициозность. В результате проведенного исследования был сделан вывод о том, что гендерные стереотипы, присутствующие в нашей социальной жизни, также отражают преимущественно положительные характеристики женского и мужского гендера. Феномены феминности и маскулинности являются важными концептами, которые оказывают влияние на восприятие мира с точки зрения гендерной дифференциации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интенсивное развитие гендерной лингвистики в последние десятилетия во многом определяет направление современных научных исследований в области языкознания. Отражение гендерного аспекта в языке и речи представляет собой одно из наиболее приоритетных направлений современной лингвистической гендерологии и дает большое количество фактического материала для научных исследований.

Данное исследование посвящено изучению гендерных ролей в языке, речи и сознании говорящих людей, а также степени влияния гендерных стереотипов на культуру нации в целом. Гендерные стереотипы, в которых воплощаются концепты «маскулинность» и «фемининность», в свою очередь, определяют модели общественного поведения, являясь частью концептуальной и языковой картины мира.

Постоянное взаимовлияние языковой и культурной картины мира приводит к изменениям в языковом сознании индивида, отражающимся в его речи. Фиксация подобных состояний на определенный период времени представляет научный интерес, поскольку позволяет изучать и сравнивать изменения картины мира носителей языка в диахроническом аспекте. В условиях данного исследования мы считаем необходимым выявить гендерные стереотипы феминности и маскулинности, отраженные в английском языке.

Понимание стереотипов, принятое нами в данной работе, сочетает в себе взгляды различных исследователей. Соединив описание свойств стереотипов и их функций, в рамках данного исследования мы трактуем стереотипы как

обобщенные схематичные представления человека об окружающей действительности, основанные на его социальном опыте и реализуемые в процессе взаимодействия человека с окружающим миром.

Функционируя в различных сферах общественной жизни, стереотипы затрагивают как взаимоотношения представителей одного культурного сообщества между собой, так и их взаимодействие с представителями других культурных сообществ.

Феномен феминности в английском языке включает такие параметры, как внешний вид – красота, утонченность, ухоженность, длинные волосы, женственная одежда; поведение – излишняя эмоциональность, легкомысленность, безответственность; интересы – уход за детьми и домом, выстраивание личных отношений, забота о внешнем виде. Феномен феминности связан с внешним видом женщин и ориентирует их большинство на то, что необходимо быть внешне привлекательными и именно внешность – залог успеха в различных сферах общественной жизни.

В свою очередь, карьера – это то, что характеризует в целом мужчину и феномен маскулинности в современном мире. Именно это, в понимании общества, является основной и определяющей характеристикой успешного и хорошего мужчины. А также, в английском языке, мужчины ассоциируются с негативным, иногда деструктивным поведением. Довольно часто подобное поведение направлено именно на женщин. Демонстрация превосходства и своей силы над женщинами относится к проявлению данного негативного поведения.

Гендерные стереотипы закрепляются в сознании людей с самого раннего возраста, поскольку они распространены во всех сферах жизни общества и считаются принятой нормой. Подобные стереотипы довольно часто приводят к негативным последствиям, таким как ущемление или неравенство прав, насилие, унижение по отношению к женщинам. А также гендерные стереотипы оказывают негативное влияние и на мужчин, поскольку накладывают на них огромную ответственность и предубеждения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

НАУЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА

- 1 Агеев В.С. Психология межгрупповых отношений : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / В.С. Агеев. – Москва, 1989. – 30 с.
- 2 Александрова, Е. С. К вопросу о гендерных стереотипах в языке / Е. С. Александрова // Научный альманах. – 2016. – № 2-4 (16). – С. 210-213.
- 3 Амосова, С. В. Анализ гендерной нейтральности в современном английском языке / С. В. Амосова, А. Н. Шиманович // Вестник науки. – 2019. – № 6 (15). – С. 359-366.
- 4 Антипова, И. В. Гендерные особенности языка рекламных текстов (на материале англоязычных видеороликов) / И. В. Антипова, М. В. Абакумова // Политехническая весна. Гуманитарные науки: материалы IV Всероссийской молодежной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 2–3 апреля, 2021. – Санкт-Петербург : Изд-во ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», 2021. – С. 24-29.
- 5 Баженова Н. Г. Гендерные исследования в лингвистике: история, современность, перспективы / Н. Г. Баженова // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2012. – № 4. – С. 36-39.
- 6 Биртек, Т. Гендерный стереотип феминности в англоязычной рекламе (на материале журналов моды) / Т. Биртек, А. М. Мубаракшина // Иностранные языки в современном мире: сб. материалов XIV Международной научно-практической конференции. Казань, 16 апреля, 2021. – Казань : Изд-во

Казанского (Приволжский) федерального университета, 2021. – С. 7-12.

7 Богданова К.О. Влияние гендерных стереотипов восприятия на супружеские конфликты / К.О. Богданова, М.О. Левадня // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2019. – № 6 (34). – С. 66-68.

8 Гантив М.П. Формирование рекламой гендерных стереотипов потребительского поведения: социологический анализ : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.06 / М.П. Гантив. – Екатеринбург, 2006. – 22 с.

9 Гаранович М.В. Вариативность гендерных стереотипов в зависимости от социальных параметров говорящих : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / М.В. Гаранович. – Пермь, 2011. – 272 с.

10 Горошко, Е. И. Гендерная проблематика в языкознании / Е. И. Горошко // Ведение в гендерные исследования: учеб. пособие – СПб.: Алетейя, 2001. – №. 1. – С. 508-542.

11 Декич Э. Гендерные стереотипы: контент-анализ рекламы в глянцевах журналах / Э. Декич // Век информации. – 2018. – № 2. – С. 148-149.

12 Егорова, М. А. Тенденции развития гендерной лингвистики / М. А. Егорова, Ю. А. Степаненко // Global and regional research. – 2020. – № 2. – С. 461-466.

13 Ермолаева М.В. Гендерный стереотип как феномен культурного пространства / М.В. Ермолаева // Социальные и гуманитарные науки. Реферативный журнал. – М. 2016. – 116 с.

14 Калинина А.А. Использование мужских и женских стереотипов в глянцевай фотографии в рекламе товаров и услуг / А.А. Калинина, Н.Р. Джавршян // Вектор экономики. – 2019. – № 11 (41). – С. 12.

15 Карищенко Е.Ф. Гендерные стереотипы: дискурсивные средства формирования и репрезентации в коммуникативном поведении подростков : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Е.Ф. Карищенко. – Москва, 2013. – 23 с.

16 Каштанова О. В. Возможности применения метода фокус-групп к анализу гендерных стереотипов в российском обществе / О.В. Каштанова // Вестник экономики, права и социологии. – 2020. – № 1. – С. 117-120.

17 Кирилина А.В. Гендерные аспекты языка и коммуникации : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / А.В. Кирилина. – Москва, 2000. – 40 с.

18 Кирилина, А. В. Обозначения гендерно значимой лексики в свете противопоставления глобального и отечественного (по материалам национального корпуса русского языка) / А. В. Кирилина // Вопросы психолингвистики. – 2019. – № 2 (40). – С. 12-29.

19 Кирюшина Л.Ю. О влиянии гендерных стереотипов на расследование преступлений, совершаемых женщинами / Л.Ю. Кирюшина // Известия Алтайского государственного университета. – 2012. – № 2-2 (74). – С. 104-108.

20 Козлова, Л. Н. Гендерная лексика словаря В.И. Даля и её современная лексикографическая фиксация / Л. Н. Козлова, Г. В. Царева // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2021. – № 3. – С. 167-174.

21 Кон И. С. Вопросы закономерности общественного развития/ Кон И. С. // Исторический материализм и социальная философия современной. – 1960. – № 2. – С. 67-106.

22 Копоть Л.В. Прецедентные тексты в медиадискурсе и их роль в актуализации гендерных стереотипов / Л.В. Копоть // Вестник Тверского государственного университета. – 2020. – № 4 (67). – С. 129-136.

23 Ма Т.Ю. Гендерные стереотипы в материалах русскоязычных и англоязычных сайтов интернета / Т.Ю. Ма, В.В. Фадеева // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. – № 66. – С. 118-126.

24 Маркова А.В. Гендерные стереотипы в семейных ситкоммах на современном российском телевидении / А.В. Маркова // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2013. – № 2 (34). – С. 103-105.

25 Мартуль К.А. Гендерный аспект визуальной рекламной коммуникации / К.А. Мартуль // Актуальные проблемы современной

гуманитарной науки. – 2019. – №3. – С. 62-66.

26 Маутнер Ф. Философия языка Фрица Маутнера / Ф. Маутнер // Вестник Нижневартского государственного университета. – 2012. – № 130 (2). – С. 30-38.

27 Остапенко, А. Б. Влияние гендерных стереотипов на лингвистическое словообразование / А. Б. Остапенко // Язык и культура: вопросы современной филологии и методики обучения языкам в вузе: сб. статей по материалам VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Хабаровск, 20 мая, 2021. – Хабаровск: Тихоокеанский государственный университет, 2021. – С. 253-256.

28 Остапенко, А. Б. Гендерное конструирование в лингвистике и повседневном дискурсе / А. Б. Остапенко // Заметки ученого. – 2021. – № 7-1. – С. 114-118.

29 Остапенко, А. Б. Особенности вербализации стереотипных гендерных представлений в разных (русском, английском, французском, польском, чешском, китайском) языках / А. Б. Остапенко // Современное педагогическое образование. – 2021. – № 2. – С. 178-182.

30 Отцецкая А.А. Гендерные стереотипы как фактор структурного конфликта в современном российском обществе / А.А. Отцецкая // Конфликтология. – 2020. – № 4. – С. 131-142.

31 Петренко А. Д. Проблемы социолингвистической вариативности языка в немецкоязычных автохтонных ареалах / А. Д. Петренко // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2016. – № 2. – С. 3-16.

32 Петровская М.В. Гендер как детерминанта успешности в образовательном пространстве военного ВУЗа / М.В. Петровская, А.А. Емельяненко. – М. : Агентство Книга-Сервис, 2015. – 188 с.

33 Полынцева Т.В. Изучение гендерной идентичности и гендерных стереотипов старшеклассников, проживающих в городских и сельских условиях / Т.В. Полынцева // Материалы международной конференции

Ломоносовские чтения на Алтае: фундаментальные проблемы науки и образования, Барнаул, 20-24 октября, 2015. – Барнаул : Изд-во Алтайского гос. ун-та, 2015. – С. 2045-2048.

34 Пратов С. И. Взаимосвязь гендерных стереотипов в отношении детей и гендерных представлений их родителей / С.И. Пратов // Проблемы науки. – 2020. – № 10 (58) – С. 98-100.

35 Пушкарева Н.Л. Гендерные исследования: рождение, становление, методы и перспективы / Н.Л. Пушкарева // Вопросы истории. – 1998. – № 6. – С. 76-86.

36 Рогозина М.Ю. Влияние семьи на формирование гендерных стереотипов у мальчиков-подростков из неполных семей / М.Ю. Рогозина // Вестник Донецкого национального университета. – 2018. – № 3-4. – С 101-106.

37 Рябова Т.Б. Пол власти: гендерные стереотипы в современной российской политике / Т.Б. Рябова. – Иваново : Изд-во Ивановского гос. ун-та, 2008. – 246 с.

38 Рябова Т.Б. Стереотипы и стереотипизация как проблема гендерных исследований / Т.Б. Рябова // Личность. Культура. Общество. – 2003. – №5. – С. 120-139.

39 Ряднова О.Р. Образ женщины в спорте: эталоны женской телесности сквозь призму гендерных стереотипов / О.Р. Ряднова, И.О. Музалева // Научный альманах. – 2019. – № 5-3 (55). – С. 116-118.

40 Самарин Д. А. Понятийные категории Отто Эсперсена в истории лингвистической науки / Д. А. Самарин // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 2 (68). – 139-141.

41 Семенова М.А. Гендерные стереотипы потребления российского студенчества : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04 / М.А. Семенова. – Санкт-Петербург, 2014. – 21 с.

42 Слышкин Г.Г. Лигвокультурные концепты и метаконцепты : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Г.Г. Слышкин. – Волгоград, 2004. – 39 с.

43 Терещенко К.Д. Роль социальных медиа в формировании и

поддержании гендерных стереотипов / К.Д. Терещенко // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – № 4. – С. 482-487.

44 Терских М.В. Вербально-визуальные средства репрезентации гендерных стереотипов в современной рекламе / М.В. Терских // Научный диалог. – 2019. – № 11. – С. 86-99.

45 Тищенко Ю. Г. Гендерные стереотипы современной студенческой молодежи (социологический анализ) : дис. ... канд. социол. наук : 22.00.04 / Ю.Г. Тищенко. – Ставрополь, 2014. – 30 с.

46 Троценкова Е. В. Гендерные стереотипы как фактор, сдерживающий развитие женского спорта (на примере женской тяжелой атлетики) / Е.В. Троценкова, А.А. Лунёва // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2020. – № 1 (179). – С. 269-273.

47 Фадеева У. А. Гендерные стереотипы в профессиональной деятельности как социальная стратификация общества / У.А. Фадеева, Е.В. Яшкова, Д.Ю. Вагин // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – № 3. – С. 602-607.

48 Четверикова, В. Н. Грамматическая реализация гендерной специфики (на материале текстов Дж. К. Роулинг о Гарри Поттере) : автореф. дис. на соиск. уч. степ. канд. филол. наук (10.02.19) / Четверикова Виктория Николаевна; кафедра английской филологии ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет». – Ярославль, 2019. – 22 с.

49 Чикер В. А. Гендерные стереотипы межличностного восприятия / В.А. Чикер, Л.Г. Почебут // Петербургский психологический журнал. – 2017. – № 18. – С. 47-74.

50 Чупракова, Е. В. Особенности языковой концептуализации понятий «женственность» и «мужественность» / Е. В. Чупракова // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2019. – № 4. – С 30-31.

51 Шилин, С. С. Сравнительный анализ гендерных стереотипов в русской и английской фразеологии / С. С. Шилин, А. С. Пойменова // Всероссийский исследовательский форум студентов и учащихся: сб. статей

всероссийской научно-практической конференции. Петрозаводск, 5 ноября, 2020. – Петрозаводск : Изд-во «Новая Наука», 2020. – С. 139-142.

52 Ядов В. А. Современная теоретическая социология как концептуальная база исследования российских трансформаций / В. А. Ядов // СПб.: Интерсоцис. –2009. – № 2. – С 130-138.

53 Dontsov A. I. Gender stereotypes among road users / A.I. Dontsov, A.I. Kabalevskaya // Psychology in Russia: State of Art. – 2013. – № 3. – С. 150-163.

54 Grishkova V. I. Gender stereotypes in communication / V.I. Grishkova // European Journal of Natural History. – 2009. – № 6. – С. 66-67.

55 Issina, G. I. Gender stereotypes in the language picture of the world / I. G. Issina // European researcher. – 2013. – № 2-3 (42). – P. 462-466.

56 Issina, G. I. On the problem of gender stereotyping in the language picture of the world / I. G. Issina // Евразийское народное объединение. – 2019. – № 9-3 (55). – P. 194-195.

57 Rebenkova D. S. Gender stereotypes in advertising / D.S. Rebenkova // PR и реклама: традиции инновации. – 2014. – № 14-2. – С. 411-413.

58 Sorokin P. A. Social and cultural dynamics / P. A. Sorokin // М.: Academic project. – 2017. – P. 964.

59 Tsyganenko K. How gender stereotypes at school affect children's future / К Tsyganenko // психология человека и общества. – 2021. – № 2 (31). – С. 28-32.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ИСТОЧНИКИ

- 1 CNN International [Электронный ресурс]. – URL : [https:// edition.cnn.com /](https://edition.cnn.com/).
- 2 The Guardian [Электронный ресурс]. – URL : [https:// www.theguardian.com/international /](https://www.theguardian.com/international/).
- 3 The New York Times [Электронный ресурс]. – URL : [https:// https://www.ny-times.com/ /](https://www.ny-times.com/).
- 4 Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. – URL : <https://dictionary.cambridge.org/>.

5 Merriam-Webster [Электронный ресурс]. – URL : <https://www.merriam-webster.com/>.