

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
переводоведение

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

Т.Ю. Ма Т.Ю. Ма

« 10 » 06 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Языковая репрезентация гендерных стереотипов в СМИ США и Великобритании (на материале публикаций газет «The New York Times» и «The Guardian»)

Исполнитель

студент группы 035-об

Тарасенко

10.06.24

М. В. Тарасенко

Руководитель

зав. кафедрой, д-р филол. н.

Т.Ю. Ма

10.06.24

Т.Ю. Ма

Нормоконтроль

зав. кафедрой

Т.Ю. Ма

10.06.24

Т. Ю. Ма

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



подпись

И.О. Фамилия

« 1 » 04 2024 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Тарасенко Маргариты Валерьевны

1. Тема выпускной квалификационной работы: Языковая репрезентация гендерных стереотипов в СМИ США и Великобритании (на материале публикаций газет «The New York Times» и «The Guardian»)

(утверждена приказом от 17.04.2024 № 10116-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы 10.06.2024

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: научные публикации по теме исследования

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): понятие «стереотип», виды стереотипов, исследование стереотипов в лингвистике, языковая объективация стереотипов, современные подходы к исследованию гендерных стереотипов, гендерные стереотипы в статьях электронной версии газеты «The New York Times» и «The Guardian»

5. Перечень материалов приложения: список статей

6. Дата выдачи задания 1.09.2023 г.

Руководитель курсовой работы: Ма Т. Ю.,

Задание принял к исполнению (дата): 1.09.2023



РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 57 с., 37 использованных источников.

СТЕРЕОТИП, МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ,
ЛИНГВИСТИКА, ЯЗЫКОВАЯ ОБЪЕКТИВАЦИЯ СТЕРЕОТИПОВ, GEN-
DER STEREOTYPE

В работе рассматриваются основные теоретические положения, касающиеся стереотипов, приводится их классификация. Также дается краткий обзор современных лингвистических работ, в которых уделяется внимание гендерным стереотипам, и рассматривается, каким образом они объективируются в языке.

Целью данной работы является лингвокультурологический анализ гендерных стереотипов, которые получают языковую объективацию в материалах электронных версий газет «The New York Times» и «The Guardian» в 2008-2023 гг. В работе использованы следующие методы исследования: анализ научной литературы, обобщение и систематизация материала, описательный и интерпретационный методы, анализ и синтез информации, метод сплошной и частичной выборки, метод количественного подсчета, анализ словарных дефиниций, контекстуальный анализ.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 История изучения стереотипов в гуманитарной науке	8
1.1 Понятие и виды стереотипов	8
1.2 Исследование стереотипов в лингвистике	10
2 Гендерные стереотипы в СМИ и их языковая объективация	20
2.1 Гендерные стереотипы в материалах газеты «The New York Times»	20
2.2 Гендерные стереотипы в материалах газеты «The Guardian»	31
Заключение	50
Список литературы	52
Приложение	57

ВВЕДЕНИЕ

Гендерные стереотипы представляют собой достаточно устойчивые оценочные суждения о характерных качествах, присущих мужскому и женскому полу. Процесс формирования таких стереотипов называется стереотипизацией.

С появлением интернета в современном обществе стереотипизация получает еще большую распространенность, являясь актуальной темой для обсуждения. В СМИ, художественной литературе и повседневном общении можно найти множество случаев намеренной или непредумышленной гендерной стереотипизации и примеры языковой объективации предрассудков и предубеждений в отношении двух полов.

Изучение функций, свойств гендерных стереотипов, их языковой объективации в процессе общения, а также их влияние на взаимодействие между представителями разных социальных групп, является актуальным направлением исследований в современной лингвистике.

Актуальность данного исследования определяется потребностью в полноценном исследовании гендерных стереотипов как объекта лингвокультурологии, раскрытии специфики их языковой объективации: как стереотипы выражаются в языке и какие языковые средства при этом используются.

Актуальность работы также определяется необходимостью формирования соответствующих коммуникативных компетенций у лингвистов-переводчиков, поскольку стереотипы и их языковая объективация – важная составляющая современной коммуникации.

Новизна работы определяется в первую очередь выбором материала исследования – статей электронных версий газет «The New York Times» и «The Guardian», в которых были выявлены примеры языковой объективации гендерных стереотипов американцев и британцев.

Цель работы – лингвокультурологический анализ гендерных стереотипов, которые получают языковую объективацию в материалах электронных версий газет «The New York Times» и «The Guardian» в 2008-2023 гг.

Достижение цели предполагает постановку следующих **задач**:

- 1) изучение научной литературы по теме исследования, рассмотрение ключевых понятий, а также подходов и классификаций, существующих в теории стереотипизации;
- 2) описание современных подходов к исследованию гендерных стереотипов в лингвистике и межкультурной коммуникации;
- 3) выявление гендерных стереотипов в материалах электронной версии газет «The New York Times» и «The Guardian»;
- 4) анализ стереотипов с учетом их оценочной направленности;
- 5) определение и сравнительный анализ средств языковой объективации стереотипов в указанных изданиях;
- 6) установление общих и особенных черт гендерных стереотипов в двух лингвокультурах;
- 7) систематизация и обобщение полученной информации.

Гипотеза исследования заключается в том, что гендерные стереотипы, которые существуют в современном обществе, неизменно находят отражение в речевой практике коллектива. СМИ оперативно реагируют на возникновение, развитие и изменение гендерного устройства общества. Поэтому гендерные стереотипы должны получать языковую объективацию в материалах СМИ.

Теоретическая значимость заключается в обобщении и систематизации результатов научных исследований, в которых рассматриваются виды, функции и роль стереотипов в современном обществе.

Практическая значимость работы заключается в возможности дальнейшего использования полученных результатов в рамках курса «Теория

и практика межкультурной коммуникации», «Лингвострановедение», «Практический курс перевода», «Этикет дипломатического и делового общения».

Методы исследования: анализ научной литературы, обобщение и систематизация материала, описательный и интерпретационный методы, анализ и синтез информации, поиск по ключевым словам, метод сплошной и частичной выборки, метод количественного подсчета, анализ словарных дефиниций, контекстуальный анализ, стилистический анализ.

Материалом исследования послужили статьи электронных версий газет «The New York Times» и «The Guardian» за период с 2008 по 2023 год. Общий объем источников составил 100 статей из 7740 статей, полученных методом автоматизированного поиска.

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

1 ИСТОРИЯ ИЗУЧЕНИЯ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В ГУМАНИТАРНОЙ НАУКЕ

1.1 Понятие и виды стереотипов

В современном значении понятие *стереотип* (греч. stereos – твердый, typos – отпечаток) было впервые употреблено в работе У. Липпмана «Общественное мнение» в 1922 году. По мнению американского писателя, журналиста и социолога, *стереотип* – это принятый образец, стандартный и обобщенный вариант интерпретации, используемый для экономии усилий¹. Благодаря ему человек может составить представление о мире в целом, выходя за узкие рамки социальной, географической и политической среды.

В 1920 – 1930-х годах в Америке появился ряд работ преимущественно о проблемах общественного мнения, в которых была продолжена разработка теории стереотипов. Социолог Роберт Бинкли назвал стереотип «величайшим всеобщим знаменателем»². По его мнению, стереотипы дают человеку возможность оценить политическую ситуацию, далекую от его сферы деятельности.

Наиболее значимыми для изучения истории взаимовосприятия в российской историографии стали ежегодные круглые столы по теме «Россия и мир: проблемы взаимовосприятия», проводящиеся с 1994 г. на базе Института Российской истории РАН.

Несмотря на тот факт, что социальные стереотипы представляют собой результат непосредственно жизненного опыта, в некоторых случаях они не соответствуют действительности из-за своей чрезмерной обобщенности. *Социальные стереотипы* – особые, значимые для общества элементы

¹ Липпман У. Общественное мнение. М., 2004. С. 75.

² Цит. по Binkley Robert C. The Common Concept of Public Opinion in the Social Sciences // Social Forces. 1928. Vol. 6, p. 96

сознания и поведения людей, в которых формируется типичное для них отношение к различным жизненным ситуациям. У социальных стереотипов множество форм. К ним относятся социальные ярлыки, типичные эмоциональные реакции, доминирующие ценности и чувства, обобщенные представления, общественное мнение, предписания и запреты, стереотипные действия и ритуалы³.

Феномен «стереотип» в своих работах исследуют лингвисты, этнографы, социологи, психологи, когнитологи, этнопсихолингвисты. Ученые каждой из сфер выделяют те свойства стереотипа, которые они наблюдают непосредственно в своей области. Таким образом, исследователи выделяют социальные стереотипы, гендерные стереотипы, культурные стереотипы, стереотипы общения, этнокультурные (этнические) стереотипы, ментальные стереотипы и т.д.

Этнические стереотипы – относительно устойчивый схематизированный образ о складе ума, менталитете и стандартном поведении представителей различных этнических общностей («американцы – честолюбивы; прибалтийцы – медлительны; англичане – консервативны; японцы – трудолюбивы; французы – любвеобильны; китайцы – предприимчивы»⁴).

Возрастные стереотипы – упрощенное представление о психологических особенностях представителей различных возрастных групп («все дети – чисты душой; все подростки – “трудные”; молодые люди страдают легкомысленностью (“молодо-зелено”); сорокалетние мужчины пребывают в кризисе; пожилые люди – консерваторы; старики – ворчуны»⁵).

Гендерные стереотипы – распространенные в обществе представления о типичном поведении мужчин и женщин. Чаще всего эти стереотипы основаны на предубеждениях и сексизме. Согласно устоявшимся

³ Кузнецова Т.Ю. Социальные стереотипы восприятия выпускников детских домов // Социологические исследования. 2003. № 11. С. 84-88.

⁴ Змановская Е. В., Руководство по управлению личным имиджем, СПб., 2005. С. 11.

⁵ Там же. С. 11.

стереотипам, мужчинам присущи такие качества, как деятельность, сила, энергичность, профессиональная деловитость, интерес к политике, науке, спорту, ум, рациональность, смелость. Женщине – влечение к семье, детям и обучению, домовитость, глупость, наивность, слабость, непостоянство, трусливость.

1.2. Исследование стереотипов в лингвистике

Термин «стереотип» активно используется в сфере лингвистики, однако единства мнений среди лингвистов относительно его употребления нет. Синонимом понятия «речевое клише» (т.е. несвободного, устойчивого сочетания слов, воспроизводимого целиком) является термин «речевой стереотип». В лингвистической теории в похожем значении употребляются такие термины, как идиома, штамп, фразеологизм, групповой шаблон, излюбленный оборот, стереотипизированный оборот, речевые формулы. Все они входят в понятийное поле наряду с паремиями, цитатами, крылатыми словами, максимами и афоризмами⁶.

Философ Х. Патнэм первым заговорил о взаимосвязи между стереотипом и языком. Он предложил два подхода к трактовке понятия «стереотип». Согласно обыденной трактовке, стереотип является «общепринятым (часто предумышленным) представлением о том, на что похож, чем является и как ведёт себя X»⁷. Научная трактовка включает в себя концепцию «разделения труда», существующую в некоторых языковых коллективах, где «специалисты» обладают более глубоким пониманием того или иного явления, тогда как другие имеют лишь поверхностное, стереотипное представление, достаточное для использования этого явления в речи.

⁶ Прожилов А.В. К вопросу о стереотипах в лингвистике // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. 2013. № 6. С. 78-82.

⁷ Маковеева А.И. Проблема форматирования социальных знаний в лингвистических исследованиях // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. № 6 (777) 2017. С. 146-156

В современной филологии языковой стереотип рассматривается как важный элемент языковой картины мира. Так как язык является неотъемлемой частью национальной культуры и тесно связан с мышлением и сознанием, он отражает все многообразие условий, при которых формировались знания о мире – природные особенности того или иного народа, жизненная практика и социокультурная среда. В результате картина мира как совокупность представлений о мире замещается картиной мира, существующей в языке, – «языковой картиной мира»⁸.

В трудах Е. Бартминьского связь между языковой картиной мира и языковым стереотипом рассматривается как взаимосвязь части и целого. Ученый отмечает, что «стереотип как конвенциональное представление о предмете, которое касается того, как этот предмет смотрится, как действует, какую он содержит в себе упрощенную теорию предмета, является элементом всей развернутой культурно-языковой картины мира, создает эту картину вместе с другими элементами»⁹.

По мнению В.А. Масловой, совокупность образно-наглядных представлений о предметах и явлениях, с которыми человек чаще контактирует в течение жизни, формирует относительно стабильную языковую картину мира, отражающую объективную действительность¹⁰.

Г.И. Исина отмечает: «Вторжение стереотипов в языковую среду часто приобретает самые неожиданные формы, затрудняющие восприятие информации представителями различных этнических обществ. И причина этого – национальное мышление, национальная стереотипность сознания, нашли свое воплощение в лексической системе языка»¹¹.

Таким образом, языковая картина мира формируется из уникальных, свойственных конкретному языку шаблонов этнического мышления, которые

⁸ Колшанский Г. В. Объективная картина мира в познании и языке. М., 1990. 108 с.

⁹ Бартминьский Е. Базовые стереотипы и их профилирование // Стереотипы в языке, коммуникации, культуре: сб. ст. / сост. и отв. ред. Л. Л. Федорова. М., 2009. С. 11-21.

¹⁰ Маслова В. А. Лингвокультурология. М., 2001. 208 с.

¹¹ Исина Г. И. Стереотипы и национальная языковая картина мира: автореф. дисс. ... д. филол. н. Алматы, 2008. 55 с.

посредством языка передают все многообразие культуры, сформированной на протяжении многих столетий. Стереотипы как элементы или образы картины мира, присутствующие в сознании, сохраняются и отражаются в языке, и одновременно с этим они могут быть непосредственно языковыми. Языковые стереотипы включают в себя семантическую стереотипизацию, которая наиболее ярко выражается в идиомах, поговорках, крылатых выражениях, фразеологизмах и языковых штампах.

В лингвистике стереотип исследуют при помощи различных качественных и количественных методов: ассоциативный эксперимент, корпусный анализ, моделирование, контент-анализ, критический анализ дискурса, интерпретационный метод и контекстуальный анализ.

В диссертации «Гендерный стереотип: особенности формирования и функционирования в языке и речи» В.Б. Поповская исследует эволюцию феномена «гендерный стереотип» в связи с особенностями его вербализации и функционирования, обусловленными социально-культурными факторами, средствами его выражения и особенности функционирования в текстовых структурах¹².

В работе И.В. Зыковой «Гендерный компонент в структуре и семантике фразеологических единиц современного английского языка» раскрываются особенности гендерного аспекта на различных языковых уровнях, исследуются гендерные стереотипы на примере фразеологических единиц английского языка с точки зрения гендерных асимметрий, связанных с распределением ролевых функций мужчин и женщин в англоязычном обществе¹³.

Диссертация А.С. Вахрамеевой «Гендерно-ориентированные высказывания в современном английском языке» исследует высказывания, связанные с гендерной идентичностью, в современном английском языке. А

¹² Поповская В.Б. Гендерный стереотип: особенности формирования и функционирования в языке и речи: дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2007. 214 с.

¹³ Зыкова И.В. Гендерный компонент в структуре и семантике фразеологических единиц современного английского языка: дис. ... канд. филол. наук. М., 2002. 219 с.

также на их основе выделяет диапазон языковых средств для выражения тех характеристик, которые обычно ассоциируются с представителями мужского и женского пола в современной англоязычной женской прозе¹⁴.

Гендерные стереотипы находят свое отражение в языке и в форме устойчивых сочетаний («все бабы дуры»; «волос длинный, ум короткий»; «женщина – это прежде всего мать»; «муж – глава семьи»), и в форме общих представлений о представителях обоих полов (мужчины рациональны, женщины эмоциональны; мужчины думают головой, женщины – сердцем; мужчины – существа безрассудные, безответственные, и только женщина способна держать их в рамках; мужчины – это сила, женщины – это слабость).

В языке закрепились негативные стереотипы о женщинах, отражающие патриархальные установки. Поэтому сравнение мужчины с женщиной всегда имеет негативную окраску: «женская логика»; капризен, самовлюблен, болтлив, истеричен, кокетлив, любопытен как женщина. Одновременно с этим сравнение женщины с мужчиной ее украшает: «мужской характер» (о женщине с твердым характером), «мужская хватка» (об удачливой женщине), «мужской ум» (об умной женщине). Женщине приписывается неумение дружить и хранить тайны, глупость, нелогичность. Про женщин скорее скажут, что «они сплетничают», в то время как мужчины «говорят о работе». Принято считать, что мужчины обладают твердым, решительным характером, а про женщину скажут, что она властная и любит командовать¹⁵.

Эффективным и образным средством передачи восприятия мира носителями языков являются пословицы и поговорки. Они отображают представление о мужчине и женщине как о важной части языковой картины мира, выражая тем самым идею гендерного неравенства. Во многих пословицах и поговорках о женщинах прослеживается пренебрежительный и

¹⁴ Вахрамеева А.С. Гендерно-ориентированные высказывания в современном английском языке: дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2009. 193 с.

¹⁵ Колягина, А.А. Спектры гендерного фактора в английском языке // Актуальные темы лингвистики и гуманитарных наук. М., 2012. РУДН. С. 63.

покровительственный тон: «женщина льстит – лихое норовит»; «мужнин грех за порогом остается, а жена все домой несет», «мое дело сторона, а муж мой прав»¹⁶.

Процесс разговора женщины отрицательно коннотирован, так как чаще всего «говорить» замещается такими синонимами, как: *врать, брехать сплетничать*. В английском же материале существует такие пословицы, как: «a deaf husband and a blind wife are always a happy couple», «many women – many words, many geese – many turds», которые подтверждают отрицательную коннотацию любых слов женщины. Более того, женщин наделяют специфическими личностными качествами: разговорчивостью, своеобразным интеллектом, эмоциональностью, переменчивым характером: «дамский роман», «женские штучки», «female logic» – «женская логика»¹⁷.

Исследования показывают, что в языке мужские качества зафиксированы как некий эталон, в то время как женские качества имеют достаточно негативную оценку. При этом мужчину дискредитирует сравнение с женщиной: «болтлив/истеричен/кокетлив как баба»; «you look like a girl (ты выглядишь как девчонка)», в то время как женщину украшает сравнение с мужчиной: «у нее мужской ум/характер, мужская хватка»; «man-up! (соберись/будь мужиком!)». Так, в русском и английском языках существует установка, что «все хорошее в женщине – от мужчины»¹⁸. Более того, намного реже встречаются отрицательно-коннотированные выражения, которые описывают «мужа» и в целом мужчину.

В условиях глобальной коммуникации взаимоотношения полов, их восприятие и оценка друг друга сквозь призму коммуникативных норм, правил, моделей поведения приобретает особое значение. Люди учатся сосуществовать в мире, где особое внимание уделяется толерантному, корректному общению индивидов независимо от их принадлежности,

¹⁶ Войченко В.М. Отражение гендерных стереотипов в языке и культуре // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2009. № 1 (9). С. 64-69.

¹⁷ Змановская Е. В., Руководство по управлению личным имиджем, СПб., 2005. С. 21.

¹⁸ Чупракова, Е. В. Особенности языковой концептуализации понятий «женственность» и «мужественность» // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2019. № 4. Т. 10. С. 5.

отказываясь от веками навязываемых обществом патриархальных стереотипов.

В современных лингвистических работах гендерным стереотипам уделяется немало внимания.

В частности, в научной статье «Особенности освещения гендерной тематики на примере испанских глянцевого журналов» анализируются гендерные стереотипы и особенности их формирования в средствах массовой информации Испании – журналах «Vogue», «Cosmopolitan», «Elle», «Glamour» и других¹⁹.

К похожей теме в своей работе «Моделирование структуры гендерного стереотипа США и Франции» обращается А.А. Коваль. Он исследует структурные особенности и характеристики гендерных стереотипов фемининности и маскулинности в американской и французской прессе, выявляя сходства и различия структур стереотипов в данных культурах. Сопоставляя языковые единицы, отражающие гендерные стереотипы США и Франции, автор приходит к выводу, что в американской и французской культурах прослеживается четкая тенденция к смене гендерных ролей²⁰.

О.Ю. Черных в статье «Учебное пособие как средство формирования гендерной идентичности в англоязычном педагогическом дискурсе» анализирует канадский педагогический дискурс и отраженные в нем способы конструирования гендера. Автор анализирует способы деконструкции классической бинарной гендерной схемы «мужское – женское» и приходит к выводу, что учебные англоязычные тексты несколько опаздывают в историческом аспекте и пока что воспроизводят традиционное представление о фемининности и маскулинности²¹.

¹⁹ Горенко А. А., Сангинова Ф. Ю. Особенности освещения гендерной тематики на примере испанских глянцевого журналов // Современное педагогическое образование. 2023. № 1. С. 479-482.

²⁰ Коваль А.А. Моделирование структуры гендерного стереотипа США и Франции // Russian Linguistic Bulletin. 2022. № 2 (30). С. 1-7.

²¹ Черных О.Ю. Учебное пособие как средство формирования гендерной идентичности в англоязычном педагогическом дискурсе // Мир науки, культуры, образования. 2022. № 2 (93). С. 501-505.

О.П. Шевчук, К.С. Котов, А.А. Слукина в своей работе «Анализ гендерной асимметрии в иероглифике китайского языка» исследуют один из элементов китайской языковой системы для определения признаков гендерной асимметрии в иероглифической письменности и выявления существующих в Китае гендерных стереотипов. Авторы классифицируют иероглифы, основываясь на их составных компонентах, которые относятся к понятиям «мужчина» и «женщина» и отражают зафиксированную в китайском языке и обществе гендерную асимметрию²².

К одному из последних исследований в области гендерных стереотипов и их языковой объективации относится работа Т.Р. Лесника «Понятие “гендер” и гендерная лингвистика в научных и социальных контекстах». Автор рассматривает широко обсуждаемые и изучаемые понятия «гендер» и «гендерная лингвистика» и говорит о важности этой области науки для взаимосвязи языка и гендера, понимания взаимоотношений между мужчинами и женщинами, разрушения предрассудков и преодоления гендерного неравенства²³.

Проблемам гендерного неравенства посвящена и работа Ю.А. Горностаевой и Ю.С. Колесниковой В своей статье «Мультимодальные маркеры переживания гендерного неравенства в устном испаноязычном дискурсе» авторы выделяют четыре категории – «Слова», «Жесты», «Мимика», «Интонация», и выявляют характерные для мужчин и женщин мультимодальные маркеры переживания гендерного неравенства в каждой из категорий. К ним относятся слова-связки, жесты-лимитаторы и жесты комфорта, повышение голоса, ускорение темпа речи или опущенный взгляд²⁴.

²² Шевчук О.П., Котов К.С., Слукина А.А. Анализ гендерной асимметрии в иероглифике китайского языка // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. № 11 (125). С. 1-5.

²³ Лесник Т.Р. Понятие «гендер» и гендерная лингвистика в научных и социальных контекстах // Вестник науки. 2024. № 4 (73). Т. 3. С. 267-271.

²⁴ Горностаева Ю.А., Колесникова Ю.С. Мультимодальные маркеры переживания гендерного неравенства в устном испаноязычном дискурсе // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2024. № 1. С. 71-85.

При исследовании гендерных стереотипов современные исследователи зачастую обращаются не только к СМИ, но и к художественной литературе. Так, в своей работе «Отражение феминизма в зарубежной литературе» А.Н. Попова на примере художественных произведений исследует то, как на протяжении двух веков меняется образ женщины и набор характерных для нее гендерных ролей и установок, укоренившихся в общественном сознании²⁵.

К.Н. Мирасова в своей работе «Гендерные стереотипы в романах Айн Рэнд» анализирует поднятые автором бестселлера «Атлант расправил плечи» вопросы и, в частности, ее трактовку гендерной проблемы. К.Н. Мирасова соотносит гендерные стереотипы в романах А. Рэнд с мифом об американском Адаме и приходит к выводу, что трактуемая писательницей и философом гендерная проблема соответствует общепринятым нормам массовой литературы и получает достаточно тривиальное решение в рамках представлений о мужественности и женственности, традиционных для популярной культуры²⁶.

Иностранные исследователи для изучения гендерных стереотипов также активно обращаются к художественной литературе. Так, авторы статьи «Examining the impact of fiction literature on children's gender stereotypes» изучают влияние детской художественной литературы о нестереотипных, нетипичных героях на восприятие гендерных стереотипов детьми от восьми до двенадцати лет и выясняют, что книги, в которых описываются приключения детей с нестереотипным поведением, снижают у их читателей доверие к стереотипам. А значит, способствуют формированию у подрастающего поколения восприятия, свободного от гендерных стереотипов. Таким образом, авторы говорят о важности детской литературы,

²⁵ Попова А.Н. Отражение феминизма в зарубежной литературе // Вестник науки. 2023. № 1 (58). Т. 4. С. 201-205.

²⁶ Мирасова К.Н. Гендерные стереотипы в романах Айн Рэнд // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15. № 7. С. 2143-2148.

главные герои которой выходят за рамки существующих в обществе стереотипов²⁷.

Авторы статьи «Gender and Media Representations: A Review of the Literature on Gender Stereotypes, Objectification and Sexualization» исследуют взаимосвязи между репрезентациями в СМИ и гендерными стереотипами, объективацией и сексуализацией, уделяя особое внимание культурному контексту. Авторы приходят к выводу, что стереотипные, объективирующие и сексуализирующие репрезентации все еще широко распространены. Принадлежность людей к мужскому или женскому полу, так или иначе, имеет значение и влияет на восприятие одних людей другими. И не последнюю роль в формировании предрассудков, сексизма и появлении у человека стыда за собственное тело играет именно СМИ²⁸.

В работе «Of caring nurses and assertive police officers: social role information overrides gender stereotypes in linguistic behavior» авторы приводят результаты исследований, демонстрирующих проявление гендерных стереотипов в языковом поведении. Участникам нужно было назвать характерные черты для людей либо определенного гендера, либо определенных профессий, в которых преобладают женщины или мужчины. Результаты исследований показали, что в представлениях людей социальная роль главенствует над гендером, как и предполагает ролевая теория, также известная как теория социальных ролей²⁹.

Выводы. В первой главе работы было рассмотрено возникновение введенного У. Липпманом понятия «стереотип» как стойкого оценочного суждения, стандартного и обобщенного варианта интерпретации, представлена история изучения этого понятия в зарубежной и отечественной

²⁷ Kneeskern, E. E., Reeder, P.A. Examining the impact of fiction literature on children's gender stereotypes // *Current Psychology*. 2022. 41 (3). Pp. 1472–1485.

²⁸ Santoniccolo F., Trombetta T., Paradiso M.N., Rollè L. Gender and Media Representations: A Review of the Literature on Gender Stereotypes, Objectification and Sexualization // *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2023. 20 (10). 5770.

²⁹ Gustafsson Sendén, M., Eagly, A., Sczesny, S. Of caring nurses and assertive police officers: social role information overrides gender stereotypes in linguistic behavior // *Social Psychological and Personality Science*. 2022. 11 (6). Pp. 743-751.

науке и охарактеризованы такие виды стереотипов, как социальные, гендерные и этнические стереотипы.

Кроме того, в данной главе дается краткий обзор современных лингвистических работ, в которых уделяется внимание гендерным стереотипам, и рассматривается, каким образом они объективируются в языке, включая рекламу, художественную литературу, повседневное общение и межкультурную коммуникацию. Таким образом, стереотипы, как объект исследования в науке о языке, не теряют своей актуальности и сегодня. Ввиду того, что язык непосредственно связан с сознанием и мышлением, языковой стереотип остается важной частью языковой картины мира.

2 ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В СМИ И ИХ ЯЗЫКОВАЯ ОБЪЕКТИВАЦИЯ

2.1 Гендерные стереотипы в материалах газеты «The New York Times»

В данной главе представлен анализ примеров языковой объективации гендерных стереотипов в статьях электронной версии газеты «The New York Times» с целью установления лингвокультурной специфики представлений о данных стереотипах в американском социуме.

Проблема гендерных стереотипов в обществе существует уже достаточно давно, однако с течением времени она не теряет свою актуальность и часто освещается в англоязычных СМИ, включая ведущие мировые издания.

Методом автоматизированного поиска по ключевым словам «gender stereotype» в материалах онлайн-газеты «The New York Times» было выявлено 3430 публикаций, посвященных проблеме гендерных стереотипов. Из них было рассмотрено и проанализировано 50 статей. Рассмотренные статьи датируются 2008 – 2023 годами. Приведем наиболее яркие примеры языковой объективации гендерных стереотипов, которые встретились в исследуемом материале.

Одна из первых статей на тему гендерных стереотипов была опубликована 9 сентября 2008 года. Это статья «Europe Takes Aim at Sexual Stereotyping in Ads» Д. Карваджал. Рассматривая различные рекламные

ролики, автор выделяет два популярных стереотипа: 1) женщины по-прежнему сверхъестественно одержимы чистотой кухонных полов: «Women are still **preternaturally obsessed with** the cleanliness of their kitchen floors»; 2) мужчины постоянно размышляют о том, какие средства для бритья сделают их более привлекательными для противоположного пола: «Men **ruminate constantly** about which shaving products will render them more attractive to the opposite sex».

Используемые в тексте словосочетания «preternaturally obsessed with» и «ruminate constantly» указывают на высшую степень увлеченности (или одержимости) мужчин и женщин, будь то чистота полов или желание привлечь внимание противоположного пола. Однако имплицитная оценка является в данном случае отрицательной, так как показывает излишнюю степень увлеченности материальной стороной жизни.

В статье «Pregnant With a Boy? Even in 2014, Some Call That ‘Lucky’» от 19 ноября 2014 года автор К. Хейли рассуждает о биологическом поле детей, о том, что думают о нем родители, и как он влияет на их взаимодействие с незнакомыми людьми и на их собственные эмоции, связанные с тем, чтобы стать родителями. К. Хейли упоминает следующие стереотипы, с которыми она сталкивалась лично: девочек воспитывать труднее, чем мальчиков – «**Girls are more difficult to raise than boys**»; предпочтительнее иметь мальчика, а не девочку – «it was **preferable to have a boy** instead of a girl»; девочки вредные – «**girls are mean**»; по мнению других людей, ее муж должен быть в восторге от того, что у нее будет мальчик, то есть мужья предпочитают иметь сыновей вместо дочек – «my husband **must like it that I’m having a boy**»; незнакомые люди часто считают, что им повезло, что у нее родился сын – «**I got lucky by having a son**».

В данном параграфе применительно к девочкам используются такие слова и выражения, как «more difficult (to raise)», «mean», которые передают отрицательную оценку фактов. В то время как при описании мальчиков употребляются лексические единицы с положительной оценкой как

компонентом значения слова или словосочетания: «preferable (to have a boy)», «get lucky (by having a son)». Также в тексте используется модальная фраза «must like», которая говорит о некоей категоричности суждений относительно предпочтений отцов, что снова подчеркивает положительное восприятие существующей в обществе гендерной асимметрии.

В статье А. Энджети «Three Girls? 'I Feel Sorry for Their Father'» от 19 ноября 2014 года автор говорит о том, как часто ей приходится выслушивать слова сочувствия от посторонних людей, когда они узнают, что у нее три дочери. Она выделяет несколько стереотипов, с которыми ей довелось столкнуться. 1. Все девочки любят розовый цвет: «I **never wanted** girls because I **hate the color pink**». 2. Все девочки не любят спорт: «I **never wanted girls because I like sports**». 3. Девочек воспитывать очень сложно, сложнее, чем мальчиков: «girls are **harder to raise** than boys». 4. Мужчины не умеют воспитывать девочек и три девочки – это ужасно: «I **never wanted** girls because I **don't know what to do with them**», «Three girls? **That must be hell**». 5. Главное для женщин, находящихся в биологически оптимальном возрасте – семейная жизнь, а не успешная карьера, или и то, и другое одновременно.

Во всех приведенных примерах факты рождения и воспитания девочек оцениваются отрицательно, что отражается как в лексике («hate», «harder», «hell»), так и в грамматике: ключевым оборотом является отрицание «never wanted», которое повторяется неоднократно, усиливая негативный смысл высказываний.

В статье «It's a Boy, and It's Okay to Be Disappointed» от 19 ноября 2014 года автор Э.Б. Кинг говорит о таком явлении как «гендерное разочарование», которое случается с некоторыми будущими родителями в тот момент, когда они узнают пол своего ребенка.

Автор упоминает несколько укоренившихся в этой связи в обществе стереотипов. 1. Игрушки, которые неизменно ассоциируются с ребенком мужского пола – автомобили, набор инструментов и клюшки для гольфа: «he became **obsessed with** cars, his tool set and golf clubs – **toys that are stereotypi-**

cally (though unfairly) **associated with boys**». 2. Характерные черты мальчиков – гиперактивность, неугомонность, неряшливость, грубость, не такое явное проявление любви: «I think I had partially fallen **victim** to those gender stereotypes that I would eventually work so hard to shield him from. I had pictured a boy as **hyper, rambunctious, messy, rough, less affectionate**». 3. Негласный запрет на игры в переодевания или куклы: «And if Sawyer decides that he wants to play dress-up or play with dolls, we'll do that too». 4. Требование общества к воспитанию мальчиков как сильных, уверенных в себе и независимых личностей: «There is **a lot of emphasis in society** on raising strong, confident and independent girls. But **isn't it just as noble an endeavor to raise a strong, gentle and compassionate boy?**»

В последнем случае автор задает риторический вопрос, который подчеркивает абсурдность гендерной асимметрии в процессе воспитания детей: разве не может мальчик быть сильным, но при этом вежливым и умеющим сопереживать? Разве он обязательно должен играть в игрушки для мальчиков, быть гиперактивным, неряшливым и грубым? Автором широко используется оценочная лексика – «obsessed with», «unfairly associated», «victim», «hyper», «rambunctious», «messy», «rough», «less affectionate», «strong», «confident», «independent», «noble an endeavor», «strong», «gentle», «compassionate», – которая позволяет оказать дополнительное воздействие на читателя, убеждая его в отрицательном влиянии стереотипов на детей и их родителей. Стереотипы в данном случае рассматриваются как жесткая поведенческая модель, которая не может быть нарушена и навязывается членам общества без права выбора.

В статье от 20 августа 2015 года «Is This Family Gender-Biased?» автор, К. Дж. Делл'Антонии, рассуждает о том, какую семью можно считать гендерно предвзятой. Он говорит о том, что гендерные роли могут быть настолько укоренившимися, что мы даже не осознаем, как подкрепляем их нашим собственным родительским выбором. В некоторых семьях мальчики выполняют иную работу по дому, нежели девочки, а родители предлагают

дочерям другие занятия, чем сыновьям или иначе говорят с ними об их домашнем задании или выборе класса.

Автор упоминает следующие гендерные стереотипы. 1. Родители часто выбирают синий цвет для мальчиков и розовый для девочек (так называемое «цветовое кодирование»): «many of us (consciously, unconsciously or with an uncomfortable awareness and the thought “but my son or daughter prefers this”) choose blues for boys and pinks for girls, making an equally arbitrary distinction». 2. Родители часто дарят наборы для рукоделия девочкам и электронику – мальчикам: «More than once, when trying to choose four different gifts for my two boys and two girls, I’ve gravitated towards girl-craft-kits and boy-electronics». 3. Родители часто просят сыновей заниматься переработкой мусора, а дочерей – накрывать на стол: «I catch myself sending a boy to crush the recycling while a girl sets the table». 4. Сыновья выполняют гораздо больше физической работы по дому, чем дочери: «my oldest son does far more physical labor around the house than his next-in-age sister». 5. Управляться с электроинструментами (дрелью, газонокосилкой) учат мальчиков, но никогда – девочек: «She hasn’t shown much interest in the drill or the lawn mower, but is that her personality, or our implicit guidance at work?». 6. По мнению подростков, традиционно женские профессии – уход за детьми или работа в качестве художественного руководителя: «teenagers preferred women in traditionally female professions such as child care or art directors». 7. Подростки больше доверяют политикам-мужчинам: «teenagers, both male and female, preferred male politicians (23 percent of girls and 40 percent of boys)». 8. Родители ожидают, что девочки будут делать больше, когда придет их очередь помогать с ужином, чем сыновья: «Are girls expected to do more when it’s their turn to help with dinner?». 9. Существуют некие предубеждения в отношении женщин-руководителей или мальчиков, выполняющих уборку: «The goal isn’t to create a bias toward women in leadership or boys doing the cleanup». 10. Школьные медсестры по поводу больного ребенка обычно звонят только маме (т.е. предполагается, что мужчины не могут заботиться о детях): «If

your school nurse habitually calls only mom about a sick child, ask the nurse to change that». 11 Автомеханики, которые предлагают женщинам спросить насчет ремонта автомобиля у своих мужей, усиливают традиционные гендерные ожидания: «Casual interactions that reinforce traditional gender expectations are common – like the doctor who assumes a father is disappointed with his all-girl family or the mechanic who wants to know if a woman has “asked her husband” about a car repair».

Как и в предыдущих публикациях, автор позволяет читателям сделать вывод о том, что общество навязывает гендерные стереотипы родителям, и эти стереотипы определяют процесс воспитания детей на подсознательном уровне. К.Дж. Делл’Антони не дает эксплицитную оценку гендерной дифференциации, но выбор языковых средств позволяет сделать вывод об отрицательном отношении автора к сложившейся ситуации: «many of us», «more than once», «catch oneself doing sth.», «far more», «implicit guidance», «prefer», «are expected to», «to create a bias», «habitually», «casual interactions that reinforce traditional gender expectations are common». С одной стороны, стереотипы не навязываются обществом прямо, но имплицитно присутствуют в сознании родителей и определяют их выбор.

Статья «Tutors See Stereotypes and Gender Bias in SAT. Testers See None of the Above» А. Хартоколлис от 26 июня 2016 посвящена стереотипам и гендерным предубеждениям, которые преподаватели усмотрели в некоторых вопросах экзамена SAT (Scholastic Assessment Test). Шейла Акбар, представитель индустрии подготовки к тестированию, которая занимается вопросами расовой, социально-экономической и гендерной справедливости, выступила против двух недавних вопросов SAT, заявив, что они несправедливы по отношению к девочкам. Эти вопросы представляли собой то, что некоторые эксперты по подготовке к тестированию сочли хрестоматийным примером «угрозы стереотипа»: «**stereotype threat**».

Во-первых, математический вопрос включал диаграмму, показывающую, что на уроках математики в целом больше мальчиков, чем

девочек. Во-вторых, в словесном разделе студентам предлагалось проанализировать полемику 19-го века, в которой утверждалось, что место женщины – в доме: «women's place was in the home». В разделе для чтения говорилось, что по божественному закону женщины занимают более низкое положение, чем мужчины, и оказывают свое влияние исключительно через сферу быта.

В то же время автор отмечает, что гендерные роли мальчиков и девочек полностью поменялись местами: девочки в настоящее время – хорошие ученицы, а мальчики испытывают сложности в обучении из-за своего характера.

Статья С. Чирры «A New Rating for TV and Movies Tries to Combat Gender Stereotypes» от 20 июля 2017 года рассказывает о том, что некоммерческая группа по наблюдению за СМИ «Common Sense Media» введет ярлык «позитивные гендерные репрезентации» («positive gender representations») для контента, который побуждает мальчиков и девочек мыслить за пределами традиционных ролей. Новый рейтинг телевидения и фильмов направлен на борьбу с гендерными стереотипами.

Компания «Common Sense Media» представила родителям онлайн-систему рейтингов, которая предлагает шоу для детей, соответствующие их возрасту, а также выделяет те, которые подчеркивают такие позитивные черты характера, как смелость, сопереживание и настойчивость: «highlighting those that underscore admirable character traits like courage, empathy and perseverance». Позже компания пообещала представить новую метрику: изображение гендера. На веб-сайте «Common Sense Media» вместе с фильмом или телешоу будет появляться символ с фразой «позитивные гендерные репрезентации». Это означает, что, по мнению рецензентов, этот фильм или телешоу способны побудить мальчиков и девочек мыслить за пределами традиционных гендерных ролей.

Согласно результатам приведенного в статье опроса родителей-афроамериканцев можно сделать вывод, что в фильмах и телешоу часто

упоминаются следующие гендерные стереотипы: мальчики жестоки и агрессивны – «they expressed concern about boys shown as **violent** or **aggressive**»; девочки заиклены на своей внешности – «girls' **obsessing** about their appearance»; кулинария предназначена для девочек – «the stereotype that **cooking is for girls**»; женщина-солдат, сражающаяся на мечах – нетрадиционная роль для женщины: «If you are of the opinion that **a sword-fighting soldier woman is not something you want your daughter to aspire to**, you will have the information to decide whether you want her to watch it».

В качестве опровержения существующих стереотипов приводится мнение о том, что женщины могут работать в области науки, техники, инженерии и математики (в качестве инженеров, компьютерщиков или судебных следователей); кулинария предназначена не только для девочек.

В статье К. Маккартни «Tackling Gender Stereotypes» от 24 июля 2017 года, посвященной борьбе Британии с гендерными стереотипами в рекламе, приводятся слова президента колледжа Смита о том, что потребители должны бойкотировать продукты, которые объективируют женские тела и укрепляют традиционные гендерные роли: «reinforce traditional gender roles». В качестве стереотипов в рекламе упоминается детское питание, маркетинг которых основывается на стереотипах о девочках как балеринах, а мальчиках как математиках: «marketing trades on stereotypes of girls as ballerinas and boys as mathematicians».

В статье М. Полсона «The Problem With Broadway Revivals: They Revive Gender Stereotypes, Too» от 22 февраля 2018 года, посвященной мюзиклам, которые романтизируют проблемные отношения между женщинами и мужчинами, выделяются следующие опасные стереотипы, используемые в постановках: женщины часто выступают в роли жертв; женщины существуют для того, чтобы их спасали: «women are there to be rescued»; у женщин нет собственной воли: «women have no agency»; у женщин нет свободы действий; женщины склонны прощать оскорбления и домашнее насилие: «it is possible, dear, for someone to hit you – hit you hard – and not hurt

at all», «whether a slap can feel like a kiss»; мужчины склонны менять женщин, чтобы те соответствовали их стандартам: «a man transforming a woman to meet his standards».

Еще одна статья от 14 августа 2019 автора П. Караш «Useless Dads and Placid Women: U.K. Bans 2 Ads Over Sexist Stereotypes» посвящена запрету телевизионных реклам в Великобритании в соответствии с новыми правилами борьбы с вредными гендерными стереотипами. Телевизионная реклама «Volkswagen» и продовольственного гиганта «Mondelez» была признана нарушающей правила, в соответствии с которыми она не должна навязывать гендерные стереотипы, которые могут причинить вред или обидеть: «gender stereotypes that are likely to cause harm, or serious or widespread offense». В рекламе «Volkswagen» была показана группа мужчин, которые занимаются активными видами деятельности, в то время как единственные две изображенные женщины спят в палатке или сидят рядом с детской коляской. Главными героями рекламы сыра от «Mondelez» были два растерянных молодых отца в ресторане, которые, по всей видимости, не умеют заботиться о детях.

Статья «How Sexist Is Hollywood? Check Out Geena Davis's Spreadsheet» от 25 мая 2023 года рассказывает об Институте Джинны Дэвис по гендерным вопросам в медиапространстве («Geena Davis Institute on Gender in Media»). Крис Колин, автор статьи, приводит наблюдения Джинны Дэвис о том, что на детском телевидении и в детских фильмах количество персонажей мужского пола значительно превышает количество персонажей женского пола. Также беспокойство Дэвис вызывает то, как именно представлены женщины и их стремления, и то, как сексуализируют девочек в детских программах. Собранные данные позволили Дэвис говорить о существовании серьезного гендерного раскола и неравенства в сфере популярных развлечений.

Подводя итог исследования, суммируем полученные результаты и представим их в виде таблицы (Таблица 1).

Таблица 1 Гендерные стереотипы в газете «The New York Times»

Стереотипы о женщинах	Стереотипы о мужчинах
Место женщины – на кухне (кулинария предназначена для женщин)	Мужчины готовят хуже женщин
Женщины одержимы чистотой	Мужчины неряшливы
Женщины предпочитают иметь дочек вместо сыновей	Мужчины предпочитают иметь сыновей вместо дочек
Женщины лучше всего разбираются в воспитании детей	Мужчины не умеют воспитывать детей, особенно девочек
Женщины эмоциональны (думают сердцем)	Мужчины рациональны (думают головой)
Женщины склонны прощать оскорбления и домашнее насилие	Мужчины склонны менять женщин, чтобы те соответствовали их стандартам
Традиционно женские профессии – уход за детьми или работа в качестве художественного руководителя	Политики-мужчины вызывают больше доверия, чем женщины
Женщины не разбираются в ремонте автомобилей и не умеют водить	Мужчины не умеют заботиться о детях, особенно больных
Женщина – это прежде всего мать	Муж – глава семьи
Женщины сплетничают	Мужчины разговаривают по делу
Женщины в биологически оптимальном возрасте предпочитают семейную жизнь	Мужчины предпочитают активную карьеру
Девочек воспитывать труднее	Мальчиков воспитывать проще
Девочки зациклены на своей внешности	Мальчики жестоки и агрессивны, почти не проявляют свою любовь
Девочки любят розовый цвет	Мальчики любят голубой/синий
Девочки не любят спорт и не увлекаются наукой	Мальчиков привлекают спорт и математика
В качестве игрушек девочки предпочитают кукол и наборы для рукоделия	В качестве игрушек мальчики предпочитают автомобили, электронику и наборы инструментов
В качестве работы по дому девочкам лучше поручить помочь с ужином и накрыть на стол.	Мальчики лучше справятся с физической работой по дому, переработкой мусора.
Девочки лучше справляются с уборкой, чем мальчики	Управляться с электроинструментами (дрелью и газонокосилкой) нужно учить мальчиков, но никогда – девочек
Девочки – хорошие ученицы	Мальчики испытывают сложности в обучении

Соотношение отрицательных и положительных стереотипов.

Девочки/женщины: положительных – 4, отрицательных – 7, нейтральных – 8. Мальчики/мужчины: положительных – 7, отрицательных – 7, нейтральных – 5.

В соответствии с гипотезой, гендерные стереотипы находят объективацию в СМИ, что происходит довольно часто. Все эти стереотипы оцениваются авторами публикаций отрицательно. Оценка самих стереотипов дается при помощи разнообразных языковых средств.

В ходе анализа материала было установлено, что авторы текстов СМИ используют разные языковые средства с целью объективации содержания стереотипов и их оценки со стороны лингвокультурного сообщества: оценочная лексика («obsessed with», «victim», «messy», «rough» – слова с отрицательной оценкой, «strong», «confident», «independent», «gentle», «compassionate» – слова с положительной оценкой), стилистические приемы – контраст («many of us choose blues for boys and pinks for girls, making an equally arbitrary distinction», «girl-craft-kits and boy-electronics», «I catch myself sending a boy to crush the recycling while a girl sets the table»), риторические вопросы («But isn't it just as noble an endeavor to raise a strong, gentle and compassionate boy?», «Three Girls?»), импликатуры («And if Sawyer decides that he wants to play dress-up or play with dolls, we'll do that too», «More than once, when trying to choose four different gifts for my two boys and two girls, I've gravitated towards girl-craft-kits and boy-electronics»), метафоры («That must be hell»), прецедентные высказывания («women's place was in the home»), гиперболы («preternaturally obsessed with»), параллельные конструкции («**I never wanted girls** because I hate the color pink», «**I never wanted girls** because I like sports», «**I never wanted girls** because I don't know what to do with them»).

Таким образом, можно сделать вывод, что основными языковыми средствами выражения стереотипов в рассмотренных статьях газеты «The New York Times» являются оценочная лексика, импликатуры, контраст и риторические вопросы. Также используются метафоры, гиперболы, прецедентные высказывания и параллельные конструкции.

Процентное соотношение основных языковых средств объективации гендерных стереотипов в рассмотренных статьях представим в виде таблицы (Таблица 2).

Таблица 2 Языковые средства объективации гендерных стереотипов в газете «The New York Times»

Языковые средства	Процентное соотношение
-------------------	------------------------

оценочная лексика	51%
импликатуры	29%
контраст	15%
риторические вопросы	5%

Итак, в обществе активно оцениваются стереотипы, связанные с полом. К тому же, отрицательных стереотипов о женщинах гораздо больше. Самыми непривлекательными являются стереотипы о том, что женщины – заядлые сплетницы и могут состояться исключительно в роли матерей или домохозяек. Что касается мужчин, им приписывают неряшливость, неэмоциональность и неумение воспитывать детей.

Если говорить о профессиональной сфере, то чаще всего женщин видят в творческих профессиях или профессиях, связанных с детьми или кулинарией. В роли инженеров, ученых, программистов и политиков традиционно видят мужчин.

Также в результате анализа получены данные, которые касаются социальной стратификации, то есть стереотипы, применимые к мальчикам и девочкам. Так, девочки ассоциируются с розовым цветом, куклами, рукоделием, хорошей учебой и помощью матерям на кухне и с уборкой в доме, в то время как мальчики ассоциируются с голубым цветом, автомобилями, электроникой, плохими отметками и физической работой по дому.

2.2 Гендерные стереотипы в материалах газеты «The Guardian»

В данном разделе представлен анализ примеров языковой объективации гендерных стереотипов в статьях электронной версии газеты «The Guardian» с целью установления лингвокультурной специфики представлений о данных стереотипах в британском социуме и их оценочной квалификации.

Методом автоматической выборки по ключевым словам «gender stereotype» в материалах онлайн-газеты «The Guardian» было выявлено 4310 публикаций, посвященных проблеме гендерных стереотипов. Из них было рассмотрено и проанализировано 50 статей. Рассмотренные статьи также

датируются 2008 – 2023 годами. Приведем наиболее яркие примеры языковой объективации гендерных стереотипов, которые встретились в исследуемом материале.

Одна из первых статей была опубликована 6 марта 2008 года. В материале «Sexual harassment is rife online. No wonder women swap gender» Джесс Маккейб рассказывает о том, что из-за домогательств в Интернете 70 процентов женщин-геймеров предпочитают играть онлайн за мужчин. Также автор утверждает, что женщины-геймеры привыкли мириться с сексистской болтовней: «Female gamers are used to putting up with **sexist claptrap**» и одного факта, что ты женщина, достаточно, чтобы вызвать злобный поток женоненавистнических и анонимных комментариев под видео с твоим участием: «**just being female is enough** to draw a vicious response from a stream of **misogynist** and anonymous commenters». Тем временем в видеоиграх очень мало женских персонажей, а те, что есть, или сексуализированы, или пассивны, или и то, и другое: «they are usually **highly sexualised or passive**, or both».

В статье «CBBC under fire over gender stereotyping» от 24 января 2014 года автор, Марк Суини, рассказывает о том, что британская корпорация Би-би-си подверглась критике из-за гендерных стереотипов. Так, в уже удаленном руководстве для аудитории, в разделе, озаглавленном: «Girls are girls and boys are boys» встречались следующие стереотипы: 1. Девочки склонны к манипулированию и могут быть чрезмерно эмоциональными: «**having a tendency towards** manipulation and can be **overemotional**». 2. Девочки проявляют большой интерес к моде: «**have a keen interest in** fashion». 3. Девочки любят слушать популярную музыку: «**enjoy** listening to popular music». 4. Мальчикам нравится физическая активность и испытания: «Boys are said **to enjoy** physical challenges». 5. Мальчики сосредоточены на делах, противостоянии, соперничестве и физической силе: «**have a focus on** doing, confrontation and physical strength». 6. Мальчиков часто раздражают девочки их возраста: «They **often think** girls of their age are annoying». 7.

Мальчикам нравится говорить о частях своего тела и сексе: «**like to talk about their body parts and sex**».

По словам Би-би-си, руководство «устарело на годы» и на веб-сайте было оставлено ошибочно, а затем и вовсе удалено. Защищаясь от нападок, представители корпорации заявили, что для них важно предоставить всем детям несколько ярких примеров для подражания, независимо от их пола: «**it is important to provide all children with a range of strong role models irrespective of gender**». В их документальном сериале «Моя жизнь» есть мальчики-балерины и девочки-боксерши; у них есть Сара Джейн, которая сражается с инопланетянами; Хелен Скелтон, плавающая на каноэ по Амазонке, и Стефан Гейтс, дающий кулинарные советы.

В выражениях «**having a tendency towards**», «**have a keen interest**», «**have a focus on**», «**often think**», «**like to talk**» прослеживается некая категоричность суждений относительно интересов детей, что объективирует существующие стереотипы. Выражение «**irrespective of gender**» подчеркивает желание Би-би-си показать, что они находятся вне рамок стереотипов. Используя такие слова, как «**Ballet Boys**» and «**Boxing Girls**» Би-би-си также стремится доказать, что отходит от стереотипов о подходящих для детей того или иного пола занятиях и их будущих профессиях. То же касается и образа девушки, которая сражается с инопланетянами или плавает на каноэ по Амазонке, или образа мужчины-телеведущего, который дает кулинарные советы.

В статье «**The fightback against gendered toys**» от 22 апреля 2014 года автор Кира Кокрейн говорит о том, что далеко не все девочки хотят играть с куклами и чайными сервизами, а мальчики – с оружием и грузовиками, и задается вопросом, почему производители игрушек так агрессивно продвигают эти стереотипы: «**Then why are toymakers so aggressive in marketing these stereotypes?**» Кира Кокрейн рассуждает о том, что детей очень рано знакомят с гендерными стереотипами, и у них неизбежно формируется представление о жестком разделении между розовым миром девочек – пассивным, милым и нежным, и голубым миром мальчиков – агрессивным,

деятельным и сильным: «when they **were directed towards** a view of the world in which girls and boys inhabit **separate, rigid spheres** of pink and blue – the first sphere passive, pretty and gentle, the second aggressive, active and strong».

В своем исследовании автор говорит о том, что феминистки 60-х и 70-х годов положили начало тенденции к несексистскому воспитанию детей, основанному на стремлении воспитывать детей свободными в выборе своих интересов – будь то математика, строительство и автомобили для девочек или мода, куклы и кулинария для мальчиков. Тем самым Кира Кокрейн подчеркивает, что, по мнению большинства, мода, куклы и кулинария подходят именно девочкам, а математика, строительство и автомобили – мальчикам.

Говоря о прогрессе в разрушении стереотипов, автор отмечает, что все больше современных женщин занимаются карьерой и общественной жизнью, в то время как многие мужчины охотно берут на себя большую часть домашних обязанностей. Однако одновременно с этим мир детей (от игрушек до одежды) полон стереотипов, которые усиленно навязываются обществу: «Yet when it comes to the world of children – the toys they play with and the clothes they wear – stereotypes have never been **so defined, or rigidly enforced**». Более того, само общество часто наказывает детей за нарушение установленных границ, что порождает страх детей перед наказанием и ограничивает их. Один из ярких примеров: дочь активистки Триши Лоутер не хочет, чтобы кто-нибудь знал, что ей нравятся игрушечные машины, и назвала это мальчишеством: «It's **boyish**».

Стереотипов все еще предостаточно. В крупнейших магазинах одежды девочкам предлагают розовые наряды ковбойши, официантки и парикмахерскую накидку, в комплекте с которой идут пластиковая расческа, зеркало, ножницы и фен. У мальчиков есть два варианта: голубая форма полицейского и голубой костюм супергероя. В отделе игрушек девочкам предлагают розовые наборы для уборки или укладки волос и кухонные принадлежности. Рядом с витриной с Барби находится стенд с принцессами

Диснея для девочек от двух до шести лет, которые мечтают о своем будущем принце. Все эти игрушки воплощают преувеличенную фантазийную женственность, которую сегодня внушают девочкам: «The range epitomises the **heightened fantasy femininity** sold to girls today». На этаже, предназначенном для мальчиков, можно найти гоночные наборы «Scalextric», модели железных дорог от «Hornby» или различных транспортных средств от «Airfix» и множество машинок с дистанционным управлением.

В своей статье Кира Кокрейн активно использует лексику, связанную с темой стереотипов посредством ключевых слов: «gender roles», «gender stereotypes», «non-sexist parenting», «gender equality», «highly gendered toys», «femininity», «fantasy femininity», «gender segregation», «gender identity», «highly sexist», «gendered colour codes», «misogyny», «homophobia», «transphobia». Также она широко употребляет оценочную лексику: «passive», «pretty», «gentle», «aggressive», «active», «strong». Посредством таких словосочетаний как «separate, rigid spheres», «so defined», «rigidly enforced», «were directed towards» автор имплицитно утверждает, что существует большая пропасть между мирами девочек и мальчиков из-за стереотипов, и что с их помощью общество формирует мировоззрение детей.

В этом же году выходит еще одна статья на тему детских игрушек – «Lego still builds gender stereotypes» от 6 июня 2014 года. Ее автор, Хелен Черски, рассказывает о том, что предназначенный специально для девочек набор «Lego friends» соответствует главным женским стереотипам: «The sets **play up** to almost every female **stereotype**, with lots of pink, handbags aplenty and oodles of lipstick for its denizens». Среди мужских фигурок в наборе представлены Констебль, Варвар, Альпинист и Островной воин: «Male figures include a Constable, a Barbarian, a Mountain Climber (**very heroic he is too**) and an Island Warrior». Среди женских – «Леди-робот», которая существует, чтобы веселиться, «девушка-крендель» (термин, означающий, что девушка выглядит так, будто ей самое место в немецкой пивной), властная «официантка в закускойной» и «Бабушка».

Хелен Черски считает, что в этой серии игрушек представлены традиционные герои альфа-самцы и традиционные беспомощные или властные самки: «it has produced a toy range that has **traditional alpha male heroes and traditional helpless (and bossy) females**», и это наносит ущерб как мальчикам, так и девочкам, а также будущему общества. Автор убеждена как в пользе позитивных женских стереотипов, так и в необходимости избавиться от негативных. Хелен Черски также рассказала о наборе, в которой будут представлены женщины-ученые (палеонтолог, астроном, химик и другие), что является своего рода прогрессом. Однако автор отмечает, что в 2014 году нам следовало бы достичь в этом вопросе уже более высокого уровня: «Even if, in 2014, **we should be miles beyond that sort of progress**». Подобная фраза имплицитно указывает на недовольство автора столь медленным отхождением от стереотипов.

Во фразе «very heroic he is too» чувствуется сарказм – это насмешка автора над желанием компании «Лего» воплотить в своих фигурках исключительно мужественные и героические образы. Негативное отношение Хелен Черски к стереотипам также прослеживается в их оценочных характеристиках: «traditional alpha male heroes» и «traditional helpless (and bossy) females». Слово «традиционный» получает контекстуально-обусловленную пейоративную коннотацию, поскольку автор критически относится к постоянному навязыванию детям гендерных ролей. Отрицательно коннотированными являются и сами словосочетания «alpha male heroes» и «helpless (and bossy) females». Мальчики не должны иметь в качестве ценностного ориентира образ «героя – альфа-маца», а девочки – беспомощной и одновременно властной женщины.

Отрицательная оценка гендерных стереотипов дается автором посредством использования слова «imprisoning» – «No one benefits from **imprisoning young minds**», которая говорит о том, что стереотипы могут жестко ограничивать молодое поколение в их желаниях и интересах. Также в своей статье автор активно использует риторические вопросы: «Why impose the ste-

reotypes on them at all?», «Is this Lego's problem?», «Is it their job to be nudging young children into politically correct careers?», «That's progress, surely?»

Продолжая тему детских игрушек и связанных с ними стереотипах, в статье «Let's drop the gender stereotypes – we are all non-binary» от 16 сентября 2017 года Хэдли Фримен задает вопрос: «Насколько именно «мачо» мои двухлетние дети?» – «How **macho**, exactly, are my two-year-olds?». Автор отмечает, что все игрушки на полке «рекомендовано для мальчиков» настолько мужественные, что граничат с лагерными: «all the toys on the “**recommended for boys**” shelf were **so macho**, they **verged on camp**».

Наборы инструментов, шляпы пожарных, оружие из пластика – по мнению дизайнеров игрушек, это самые подходящие игрушки для мальчиков-малышей. Что касается одежды, то родителям младенцев обычно предлагают на выбор либо розовые комбинезоны с узорами в виде бабочек, либо голубые, украшенные изображениями автомобилей – двойной стереотип, как в предпочтительном для малышей того или иного пола узоре, так и в цвете. Автор задает вопрос: «Неужели мои мальчики будут возражать против того, чтобы носить комбинезоны с бабочками?» – «would my boys really object to wearing onesies with butterflies?».

По мнению автора, только самый закоренелый консерватор-реакционер будет невероятно возмущен одной мыслью, что мальчиков может интересовать не только грузовики и наборы инструментов, ровно как девочек не следует ограничивать только принцессами и Барби: «**Only the most tediously reactionary conservative would splutter outraged spittle** at the suggestion that **boys might be interested in a broader spectrum of toys** than trucks and toolkits, just as **girls shouldn't be marshalled** towards princesses and Barbies». Выбранная Хэдли Фримен лексика говорит о том, что стереотипы, касающиеся игрушек для детей определенного пола, ослабевают, но все еще существуют.

В качестве негативной реакции на предложение владельца бренда детской одежды «John Lewis» сделать свою детскую одежду гендерно

нейтральной, Хэдли Фримен привела комментарий о том, что магазины должны позволять «мальчикам быть мальчиками, а девочкам – девочками»: «**must** let “boys be boys and girls be girls”». Этот комментарий имплицитно подразумевает то, что мальчикам должны нравиться исключительно футболки с изображением машины. Глагол «must» подчеркивает категоричность этого суждения.

Гендерный нейтралитет, по мнению автора статьи, должен заключаться в более широком выборе, который и предоставляет детям «John Lewis», поощряя девочек считать свитера с изображением космических кораблей подходящими для них, а мальчикам давая понять – нет ничего страшного в том, что они выберут розовую толстовку: «Rather, the store is **encouraging** girls to think of sweaters with spaceships on them **as being suitable for them**, and letting boys know that **they won't be arrested** if they pick out a pink sweatshirt». Фраза «they won't be arrested» – это, безусловно, ирония. Она подчеркивает, насколько сильно укоренились стереотипы в обществе и насколько силен страх мальчиков перед осуждением общества; «encouraging to think» указывает на то, что девочки привыкли выбирать стереотипные изображения в одежде.

Также мнение о том, что мужчине не может нравиться, когда ему делают маникюр, автор называет разочаровывающе упрощенным взглядом на гендер: «Suggesting a man can't possibly like having his nails done is **a disappointingly reductive take on gender**». Подводя итог, Хэдли Фримен говорит о том, что она и ее дети не должны ограничиваться такими ретроградными представлениями о том, что значит быть мужчиной: «Anyway, my toddlers and I are not to be confined by **such retrograde ideas** of what it means to be male».

В статье «Boys will be boys? How schools can be guilty of gender bias» от 23 апреля 2019 года Джоанна Мурхед рассуждает о вреде гендерной предвзятости и сексистских представлений в школе.

По итогам беседы с Мэттом Пинкеттом, учителем и соавтором книги «Boys Don't Try?» Джоанна Мурхед выделяет несколько укоренившихся в обществе стереотипов: 1. Девочкам лучше дается учеба: «There's also this

anti-school mindset fuelled by **stereotypical masculinity** – like the stereotype that schoolwork is something girls “**naturally**” do best». 2. Причина типичного для мальчиков плохого поведения (они дерутся, не могут сидеть тихо на уроках, их сложно контролировать) заключается в том, что их организмы вырабатывают больше тестостерона: «There’s a “**boys will be boys**” attitude that plays into a narrative that says boys produce more testosterone, and that’s why they fight and punch, that’s why they don’t sit quietly in lessons, that’s why they’re **harder to control**, that’s why we have different expectations about what they can do». 3. Мальчики предпочитают футбол чтению: «So, for example, you’ve got a boy you think doesn’t like reading, so you decide to pander to his love of football and give him a book about that to read». 4. В произведениях У. Шекспира мальчиков могут заинтересовать только бои и сражения на мечах: «It’s the same with, for example, teaching boys about Shakespeare by concentrating on the sword fights or the fighting». 5. Мужчины все время думают о сексе: «She said the way he interpreted it was down to the fact that, **as a man**, he thought about sex **the whole time**».

Сам Мэтт Пинкетт часто становится жертвой стереотипов: люди удивляются, когда узнают о том, что он преподаватель английского языка. Из-за того, что он бреет голову и говорит с акцентом Ист-Энда, они видят в нем бармена или вышибалу. Замечание в свой адрес Мэтт Пинкетт называет приемлемым сексизмом, потому что он направлен против мужчины, а не женщины: «It was **acceptable sexism**, because it was directed at a man not a woman». Это наталкивает его на мысль, что, хотя девочки и женщины, несомненно, выглядят хуже из-за сексистских представлений, мальчики и мужчины тоже страдают от них.

В статье «“Boys club”: stereotype of white male paramedic hampers gender equality, Victorian report finds» от 31 марта 2022 года Бенита Коловос рассказывает о расследовании комиссии по равным возможностям и правам человека штата Виктория. Она приводит сделанные комиссией выводы о том, что «жесткий стереотип фельдшера» («**rigid paramedic stereotype**») мешает

женщинам продвигаться по службе в скорой помощи Виктории. Согласно отчету комиссии, стереотип о том, что парамедики должны быть белыми мужчинами, кормильцами семьи, здоровыми, разумными, уверенными в себе и стойкими («**white, male, of able-body and mind, confident, stoic and the family breadwinner**») мешает женщинам продвигаться по карьерной лестнице.

Этот стереотип особенно актуален в «элитных, где преобладают мужчины» мобильных бригадах интенсивной терапии и подразделениях санитарной авиации: «**stereotype was particularly relevant in the “elite, male-dominated” mobile intensive care (MICA) and air ambulance units**». В отношении этих парамедиков широко распространены такие эпитеты как «мачо» и «альфа-самец»: «**these paramedics are considered to be clinically superior and that “macho” or “alpha male” personalities are common**». Именно такие парамедики считаются образцовыми, идеально подходящими для этой работы. Им противопоставляются женщины и люди из разных слоев общества: «**women and people from diverse backgrounds**».

Судя по отчету комиссии, женщины считаются неподходящими для работы парамедиками из-за недостатка физической силы или силы духа: «**to lack or possess less of the physical or emotional strength**».

Еще одним стереотипом, упомянутым в статье, является общераспространенное мнение о том, что женщины являются или хотят стать матерями/сиделками вне зависимости от личных обстоятельств и предпочтений: «**women are, or want to become, mothers/caregivers (irrespective of their individual circumstances or preferences)**».

В статье содержится множество примеров лексики с положительной коннотацией, которая описывает мужчин: «**macho**», «**alpha male**», «**of able-body and mind**», «**confident**», «**stoic**», «**family breadwinner**», «**superior**». При описании женщин употребляется лексические единицы с отрицательной оценкой: «**to lack**», «**possess less**» (of the physical or emotional strength). Фраза «**irrespective of their individual circumstances or preferences**» имплицитно

передает отношение автора статьи к стереотипу о том, что все женщины непременно хотят завести детей.

В статье «Nine out of 10 people are biased against women, says “alarming” UN report» от 12 июня 2023 года говорится об укоренившемся предвзятом отношении к женщинам, отсутствии прогресса и даже некотором регрессе в области гендерного равенства. Согласно отчету ООН, девять из десяти человек обоих полов предвзято относятся к женщинам: «Nine out of 10 people of all genders **have a bias against women**». Множество опрошенных считает, что из мужчин получаются лучшие политические лидеры: «men make **better** political leaders». 40% участников опроса полагают, что мужчины лучше управляют бизнесом: «men are **better** business executives», четверть считает оправданным, что мужчины бьют своих жен: «**it is justified for men to beat their wives**».

Автор статьи К. Ахмед говорит о том, что стереотипные взгляды общественности обесценивают женщин и в то же время усиливают власть, контроль и чувство собственного достоинства мужчин, а также продвигают убеждения, которые нормализуют насилие в отношении женщин и даже обвиняют жертв в насилии над ними: «These views persist because of social and cultural norms that **devalue women and reinforce men’s power, control and feelings of entitlement**, as well as promoting beliefs that **trivialise and normalise violence** against women and even blame victims for their own abuse». Используя контраст (слова «devalue» и «reinforce»), Каамиль Ахмед показывает колоссальную разницу в социокультурных нормах, касающихся женщин и мужчин, а фраза «trivialise and normalise violence» имплицитно передает негативное отношение автора и к самим стереотипам, и к его последствиям для женщин.

В статье «Caitlin Moran: what’s gone wrong for men – and the thing that can fix them» от 1 июля 2023-го года автор, Кейтлин Моран, приводит ответы мужчин на заданный ею в социальных сетях вопрос: что усложняет им жизнь? В этих ответах находят свое отражение несколько популярных стереотипов о

мужчинах. Так, считается, что они не умеют выражать свои эмоции, они суровы и прикасаются к женщинам, только если это связано с сексом: «We're supposed to fit this stereotype of **being tough**, and only **wanting to touch if it comes with sex**». Еще один стереотип связан с клишированным образом мужчин на открытках ко Дню отца, на которых изображен гольф или виски. Кроме того, отцовство зачастую считается «второстепенной» родительской ролью: «fatherhood being seen as the **«lesser» parenting role**».

Фраза: «I'm an acid house survivor who owns two chickens called Bez and Barry Mooncult» призвана разрушить стереотипный образ крутого, сурового мужчины, предпочитающего виски и играющего в гольф. Фраза «"lesser" parenting role» имплицитно объективирует стереотип о том, что роль родителя прочно ассоциируются исключительно с женщинами, с матерями.

Представители мужского пола не желают публично заявлять о подобных вещах из-за бытующего мнения, что мужчины, которые говорят о своих проблемах, скучны. Такие фразы как «Я не хочу поднимать шум» («I don't want to make a fuss») или «Я не хочу, чтобы меня обвинили в «эмоциональном мужском гриппе» («I don't want to be accused of having **Emotional Man Flu**») показывают их страх показаться немужественными. Ирония «**Man Flu**» («мужской грипп»), которую использует один из опрошенных автором статьи мужчин, отражает насмешливое, даже пренебрежительно отношение общества к мужчинам, излишне проявляющим свои эмоции.

Говоря о том, что женщины и мужчины совершенно по-разному обсуждают свои проблемы, Кейтлин Моран использует такие понятия как «being visceral» и «viscerally». По ее мнению, современных женщин привлекает абсолютная, интуитивная честность во всех проблемах, связанных с тем, чтобы быть женщиной: «Women are newly fascinated with being absolutely, **viscerally honest** about all the problems to do with being a woman». Умение быть искренней («being **visceral**») подается как главное преимущество женщин перед мужчинами. Подразумевается, что мужчины на подобную искренность не способны. Выражая надежду на то, что однажды и

мужчины смогут открыто говорить о своем теле, автор активно использует оценочную лексику: «joyful», «honest», «affirming» («How can we make a world where boys find a new space and language to talk about their bodies in the same, **joyful, honest, affirming way?**») и тем самым дает понять, что это время еще не пришло.

Говоря о феминизме, Кейтлин Моран утверждает, что мужчины не равны женщинам во многих вещах. 1. Мужчины проигрывают женщинам в умении говорить о своих проблемах – вместо этого они используют стейб: «**their ability to talk about their problems** – instead, men have “**banter**”». 2. У женщин есть «сестринство», которое знает, что нужно действовать сообща, когда возникает какая-то проблема: «Women have “The Sisterhood” – which knows it should, even though sometimes it doesn’t, **spring into collective action** whenever an issue is raised». 3. Психическому здоровью мужчин уделяется меньше внимания, о чем свидетельствует ужасающий уровень самоубийств: «According to need, **men are not equal in services** for mental health, as that terrible suicide rate still shows». 4. У женщин есть аналитические центры, благотворительные организации и хэштеги. Они празднуют Международный женский день, в то время как Международному мужскому дню по-прежнему уделяется очень мало внимания. 5. По мнению Кейтлин Моран, ни одна дискуссия о том, как не допустить исключения мальчиков из школ, их участия в бандах, пристрастия к порнографии, тюремного заключения или бездомности, не получает и половину той поддержки, которую женщины и девочки могут получить за праздник «Понедельник без макияжа».

Также автор утверждает, что женщинам и девушкам намного легче проявлять любовь и поддержку друг к другу, чем мужчинам: «**it’s so much easier** for women and girls to show love and support for each other than men». Кейтлин Моран приводит такие примеры взаимной поддержки женщин, как популярная в интернете фраза «**yas queen/kween**» – разновидность городского сленга, ставшая синонимом поддержки, демонстрации восхищения и одобрения; фраза «**Watch my girl go!**» – популярный

комментарий под откровенными, смелыми и дерзкими постами женщин, или эмодзи «танцующая девушка», которая передает настроение счастья и торжества.

Кейтлин Моран утверждает, что отсутствие публичной поддержки среди мужчин объясняется все еще существующим прискорбным страхом перед гомофобией: парни, поддерживающие других парней так же усиленно, как девушки – друг друга, рискуют быть заподозренными в интересе к представителям своего пола: «I suggest this lack of public support is down to the still dolorous fear of **homophobia**: boys supporting other boys with the wild love that girls give each other **risks** a “Do you fancy him, then?». Это подкрепляет стереотип о том, что, в отличие от женщин, мужчины не могут проявлять свои эмоции и оказывать поддержку просто так, без всякого умысла.

В качестве «основных феминистских инструментов» («basic feminist tools») Кейтлин Моран называет стремление быть честным, нарушать табу, заводить разговоры, организовывать кампании, создавать союзы и поддерживать друг друга. Тем самым автор говорит нам, что мужчины подобными «женскими» инструментами пользоваться не привыкли.

В статье «No, Caitlin Moran: men do talk about their feelings – and birthday parties, and plaits» от 7 июля 2023 года автор Габи Хинслифф выражает свое несогласие с Кейтлин Моран, которая утверждала, что современные мужчины не могут делиться своими проблемами или более глубокими чувствами, как это принято у женщин. По мнению Габи Хинслифф, современная маскулинность все чаще предполагает открытость: «**modern masculinity** is increasingly about opening up», и мужчины, вопреки сложившемуся стереотипу о своей закрытости и неэмоциональности, все же умеют делиться своими проблемами.

На основе рассуждений в журнале «Esquire» автор выделяет следующие упомянутые там стереотипы: 1. Мужчины не говорят о своих проблемах и не дают друг другу никаких советов: «men themselves don't talk about their problems, or give each other advice, **at all**». 2. Отцы-миллениалы с

трудом справляются со своими обязанностями, не оставляют никаких мемуаров об отцовстве и никогда не обсуждают друг с другом практические аспекты того, как быть родителем (например, как заплести ребенку волосы или устроить вечеринку на день рождения в определенной тематике). Также Габи Хинслифф говорит о стойкости мифа о том, что мужественность означает быть сильным, но решительно молчаливым: «*masculinity means being strong but **resolutely** silent*». Приведенные автором результаты опроса исследовательской компании «Ipsos Mori» показали, что 38% мужчин иногда избегают говорить о своих чувствах, опасаясь показаться не мужественными: «38% sometimes avoided talking about their feelings for fear of seeming **unmanly**».

В статье неоднократно упоминается слово «*masculinity*», в том числе в составе словосочетания «токсическая маскулинность» – «*toxic masculinity*», которое имеет негативный смысл. Словосочетание «*at all*» говорит о некоей категоричности суждений относительно нежелания мужчин давать друг другу советы, что подчеркивает существующий стереотип. Автор использует оценочную лексику – «*strong*», «*resolutely*», «*unmanly*», «*toxic*», – чтобы усилить и подчеркнуть направленность оценки.

Подводя итог исследования, суммируем полученные результаты и представим их в виде таблицы (Таблица 3).

Таблица 3 Гендерные стереотипы в газете «The Guardian»

Стереотипы о женщинах	Стереотипы о мужчинах
Девочки любят розовый цвет	Мальчики любят голубой/синий цвет
Девочки предпочитают узоры бабочек на одежде	Мальчики предпочитают изображения машин или космических кораблей на одежде
Девочкам лучше дается учеба	Мальчики испытывают сложности в обучении
Игрушки для девочек – женственные (принцессы, куклы, чайные сервизы, наборы для укладки волос или кухонные принадлежности)	Игрушки для мальчиков должны быть мужественными (оружие, инструменты, автомобили)
Девочки предпочитают конструировать балетные студии, модные бутики и роскошные особняки	Мальчики конструируют исключительно железные дороги и поезда, автомобили и гоночные трассы, корабли и самолеты
Девочки пассивные, милые и нежные	Мальчики агрессивные, деятельные и сильные
Мода, куклы и кулинария привлекают исключительно девочек	Математика, строительство и автомобили подходят только для мальчиков

Девочки-подростки послушны и покладисты	Мальчиков-подростков сложно контролировать
Девочки-подростки не любят спорт	Мальчики-подростки предпочитают спорт чтению
Девочки-подростки склонны к манипулированию	Мальчики-подростки не умеют себя вести
Девочки-подростки могут быть чрезмерно эмоциональными	Мальчики-подростки любят драться
Девочки-подростки проявляют большой интерес к моде	Мальчикам-подросткам нравятся физическая активность и соревнования
Девочки-подростки любят слушать популярную музыку	Мальчикам-подросткам нравится говорить о частях своего тела и сексе
Наука, технологии и строительство – не женские занятия	Мужчинам не нравятся, когда им делают маникюр
Женщины в большинстве своем берут на себя домашние обязанности	Мужчины занимаются карьерой и общественной жизнью
Все женщины хотят стать матерями	Современным мужчинам тяжело даются родительские обязанности
Только женщины хотят, чтобы их обнимали	Мужчины неласковы и прикасаются к женщинам, только если это связано с сексом
Только женщины могут быть искренними	Мужчины, которые говорят о своих чувствах и проблемах, скучны и немужественны
Только женщины могут организовывать кампании, создавать союзы и поддерживать друг друга	Мужчины не дают друг другу советов
Женщины лучше справляются с ролью родителя	Из мужчин получаются лучшие политические лидеры и бизнесмены

Соотношение отрицательных и положительных стереотипов.

Девочки/женщины: положительных – 7, отрицательных – 5, нейтральных – 10. Мальчики/мужчины: положительных – 4, отрицательных – 9, нейтральных – 8.

Мы снова видим множество примеров языковой объективации гендерных стереотипов в СМИ, и, как и в случае с газетой «The New York Times», они оцениваются авторами публикаций отрицательно.

С целью вербализации и выражения собственного негативного отношения к стереотипам авторы «The Guardian» используют оценочную лексику («pretty», «gentle», «active», «strong», «confident», «stoic», «honest» – слова с положительной оценкой, «passive», «aggressive», «unmanly» – слова с отрицательной оценкой и др.), контраст («These views persist because of social and cultural norms that devalue women and reinforce men’s power, control and feelings of entitlement», «when they were directed towards a view of the world in

which girls and boys inhabit separate, rigid spheres of pink and blue – the first sphere passive, pretty and gentle, the second aggressive, active and strong» и др.), риторические вопросы («Why impose the stereotypes on them at all?», «Is this Lego's problem?», «Is it their job to be nudging young children into politically correct careers?», «That's progress, surely?», «How can we make a world where boys find a new space and language to talk about their bodies in the same, joyful, honest, affirming way?, «How macho, exactly, are my two-year-olds?»), импликатуры («irrespective of their individual circumstances or preferences», «I don't want to be accused of having Emotional Man Flu», «women are, or want to become, «fatherhood being seen as the «lesser» parenting role»), сарказм («very heroic he is too»), сленг («yas queen/kween»), ирония («they won't be arrested», «Man Flu»), прецедентные высказывания («Watch my girl go», «Boys will be boys»).

Таким образом, можно сделать вывод, что основными языковыми средствами выражения стереотипов в рассмотренных статьях газеты «The Guardian» являются оценочная лексика, импликатуры, контраст и риторические вопросы. Также встречаются примеры использования прецедентных высказываний, сленга, иронии и сарказма.

Процентное соотношение основных языковых средств объективации гендерных стереотипов в рассмотренных статьях представим в виде таблицы (Таблица 4).

Таблица 4 Средства языковой объективации гендерных стереотипов в газете «The Guardian»

Языковые средства	Процентное соотношение
оценочная лексика	52%
импликатуры	28%
контраст	10%
риторические вопросы	10%

Используя метод частичной выборки, суммируем полученные результаты анализа средств языковой объективации в материалах газет «The

New York Times» и «The Guardian» и представим их в виде таблицы (Таблица 5).

Таблица 5 Соотношение средств языковой объективации стереотипов в газетах «The New York Times» и «The Guardian»

Средства языковой объективации стереотипов	«The New York Times»	«The Guardian»	Итого
Оценочная лексика	40%	60%	100%
Импликатуры	41%	59%	100%
Контраст	53%	47%	100%
Риторические вопросы	27%	73%	100%

Таблица 6 Оценочная лексика в газетах «The New York Times» и «The Guardian»

	«The New York Times»	«The Guardian»
Положительно коннотированная оценочная лексика	26%	61%
Отрицательно коннотированная оценочная лексика	74%	39%

В публикациях газеты «The Guardian» гораздо чаще, чем в статьях «The New York Times» используется оценочная лексика и поданная имплицитно информация. Разница в языковой репрезентации гендерных стереотипов выражается и в том, что в материалах публикаций «The Guardian» на порядок больше риторических вопросов.

Выводы. По результатам анализа 100 статей можно сделать вывод, что гендерные стереотипы в США и Великобритании во многом схожи. Так, в СМИ обеих стран часто в различных вариациях обыгрывается стереотип, связанный с «цветовым кодированием» (розовый цвет – для девочек, голубой – для мальчиков). Этот стереотип настолько распространен, что в США даже выпустили книгу под названием «Parenting Beyond Pink and Blue». К самым давним и стойким стереотипам относится и стереотип о подходящих для

детей игрушках (барби и принцессы против грузовиков и инструментов) и типичных для того или иного пола ролях (женщины – матери и домохозяйки, мужчины – карьеристы, бизнесмены и политические лидеры).

Представителей обеих стран беспокоят гендерные стереотипы, которые объективируются в СМИ (сексистская реклама, где женщины выступают в роли матерей и домохозяек, а мужчины показаны в более выигрышном образе бизнесменов и «мачо»), а также транслируемый медиа образ женщины модельной внешности. Последний отрицательно сказывается на психологическом состоянии девочек-подростков, поэтому неудивительно, что во множество статей высказывается мнение о необходимости предпринять серьезные меры против распространения сексистских и вредоносных стереотипов.

Заметно и некое изменение курса в стремлении добиться гендерного равенства. Если вначале большинство статей было посвящено гендерным стереотипам в отношении взрослых мужчин и женщин (в основном, они касались карьеры и связанных с ней предрассудками в отношении того или иного пола), то с течением времени акцент сместился на детей и подрастающее поколение. Исследователи все чаще приходят к выводу, что восприятие (а с ними и доверие к стереотипам) закладывается еще в детстве и подкрепляется в подростковом возрасте. Поэтому в последних публикациях все отчетливее звучит беспокойство и все чаще поднимается вопрос: как правильно воспитывать детей, чтобы они выросли свободными от предрассудков и стереотипов? Для этого, по мнению многих журналистов, должно быть учтено множество факторов – от, непосредственно, самого воспитания (и в рамках дома, и в рамках школы), до детской литературы и приложений, которые используют подростки.

Также по результатам исследования можно сделать вывод, что в материалах газеты «The Guardian» по сравнению с газетой «The New York Times» девочкам и женщинам чаще дают положительные характеристики и

реже отрицательные, в то время как в отношении мальчиков и мужчин чаще выделяют отрицательные стереотипы и реже – положительные.

Британская нация относится к высоконтекстным культурам, где о сложных вещах не принято говорить прямо. Британцам ближе имплицитная подача информация. Импликатуры и риторические вопросы позволяют читателям делать собственные выводы на основе представленных материалов. Авторы не навязывают свою точку зрения, а только озвучивают ее, мягко убеждая читателя в необходимости принять позицию издания.

Помимо доминирования оценочной лексики в статьях «The Guardian» над другими средствами языковой объективации стереотипов можно отметить и то, что положительная оценочная лексика в «The Guardian» превалирует над отрицательной. Данный факт свидетельствует о тенденции британских авторов использовать в своих текстах менее категоричные суждения, смягчая полемику вокруг гендерных стереотипов, что также соответствует высококонтекстному характеру британской культуры.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В первой главе было рассмотрено понятие «стереотип» как стойкое оценочное суждение и охарактеризованы такие виды стереотипов, как социальные, гендерные и этнические стереотипы. Было установлено, что впервые интерес к теме стереотипов был проявлен Уолтером Липпманом в его работе «Общественное мнение» в 1922 году. С тех пор феномен

«стереотип» многократно рассматривался в работах лингвистов, социологов, этнографов, когнитологов, психологов и этнопсихолингвистов. На сегодняшний день мы можем говорить о существовании большого количества исследований в рамках вопроса о гендерных стереотипах, что означает актуальность этой темы и сегодня, в условиях глобальной коммуникации.

Таким образом, стереотипы, которые усваиваются людьми с самого детства и формируются в течение всей их жизни, являются неотъемлемой частью массового сознания любой культуры, оказывающей воздействие на поведение людей, а значит, и на процесс межкультурной коммуникации, межгрупповых и межнациональных отношений.

Во второй главе был проведен анализ статей электронных версий газет «The New York Times» и «The Guardian». Методом автоматизированного поиска по ключевым словам «gender stereotype» было выявлено 3430 публикаций, посвященных проблеме гендерных стереотипов, в газете «The New York Times» и 4310 статей по проблеме гендерных стереотипов в газете «The Guardian». Также было определено порядка восьмидесяти наиболее популярных стереотипов, которые получают объективацию в повседневной жизни, художественных фильмах, литературе, рекламе и СМИ.

По результатам исследования можно сделать вывод, что гендерные стереотипы в США и Великобритании во многом схожи, однако в материалах газеты «The Guardian» по сравнению с газетой «The New York Times» девочкам и женщинам чаще дают положительные характеристики и реже отрицательные, в то время как в отношении мальчиков и мужчин чаще выделяют отрицательные стереотипы и реже – положительные.

Все стереотипы были проанализированы с целью выявления их оценочной направленности. Было установлено, что для передачи своего отношения к тому или иному явлению и передачи оценки, необходимой для правильного восприятия стереотипов, авторы используют различные языковые средства. Как показало исследование, основными языковыми

средствами выражения стереотипов в материалах газет «The New York Times» и «The Guardian» являются оценочная лексика, имплицатуры, контраст и риторические вопросы. Кроме того, встречаются примеры использования метафор, гиперболы, параллельных конструкций, прецедентных высказываний, сленга, иронии и сарказма.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абильдинова Ж. Б. Языковые средства экспликации этнических стереотипов русских, казахов и немцев: дис. ... канд. филол. наук. / Ж. Б. Абильдинова. – Тобольск, 2011. – 182 с.

2. Бартминьский Е. Базовые стереотипы и их профилирование (на материале польского языка) / Б. Бартминьский // Стереотипы в языке, коммуникации и культуре : сб. ст. / сост. и отв. ред. Л. Л. Федорова ; Рос. гос. гуманитар. ун-т. – Москва, 2009. – 597 с.
3. Белова О. В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян (этнолингвистическое исследование): дис. ... канд. филол. наук. / О. В. Белова. – Москва. 2006. – 264 с.
4. Вахрамеева А. С. Гендерно-ориентированные высказывания в современном английском языке: дис. ... канд. филол. наук. / А. С. Вахрамеева. – Санкт-Петербург. 2009. – 193 с.
5. Войченко В. М. Отражение гендерных стереотипов в языке и культуре / В. М. Войченко // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2009 № 1 (9). – С. 64-69.
6. Гнесь А. А. Имагология: отдавая должное подсознательным образам человека и мира / А. А. Гнесь // Идеи и идеалы. – 2019. – Т. 11. – № 2-2. – С. 272-283.
7. Голубовская И. А. Этнические особенности языковых картин мира / И. А. Голубовская. – К.: Логос, 2004. – 293 с.
8. Горенко А. А., Сангинова Ф. Ю. Особенности освещения гендерной тематики на примере испанских глянцевого журналов / А. А. Горенко, Ф. Ю. Сангинова // Современное педагогическое образование. – 2023. – № 1. – С. 479-482.
9. Горностаева Ю.А., Колесникова Ю.С. Мультимодальные маркеры переживания гендерного неравенства в устном испаноязычном дискурсе / Ю.А. Горностаева, Ю.С. Колесникова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2024. – № 1. – С. 71-85.
10. Егорова Л. П. Литературоведческие аспекты имагологии (инновации и традиция) / Л. П. Егорова // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. – 2007. – № 1-2. – С. 31-39.

11. Ерофеев Н. А. Туманный Альбион: Англия и англичане глазами русских / Н. А. Ерофеев // М: Наука, 1982. – 320 с.
12. Зак Л. А. Западная дипломатия и внешнеполитические стереотипы / Л. А. Зак // Москва: Междунар. отношения, 1976. – С. 287.
13. Змановская Е. В., Руководство по управлению личным имиджем / Е. В. Змановская // СПб.: Речь, 2005. – 156 с.
14. Зыкова И. В. Гендерный компонент в структуре и семантике фразеологических единиц современного английского языка: дис. ... канд. филол. наук. / И. В. Зыкова. – Москва. 2002. – 219 с.
15. Иванова А. Д. О понятийном аппарате современной имагологии / А. Д. Подгорная // Вестник Вятского государственного университета. – 2016. – № 1. – С. 74-78.
16. Исина Г. И. Стереотипы и национальная языковая картина мира: автореф. дисс. ... д. филол. наук. / Г. И. Исина. – Алматы, 2008. – 137 с.
17. Коваль А.А. Моделирование структуры гендерного стереотипа США и Франции / А.А. Коваль // Russian Linguistic Bulletin. – 2022. – № 2 (30). – С. 1-7.
18. Колшанский Г. В. Объективная картина мира в познании и языке / Г. В. Колшанский. – М: Наука, 1990. – 108 с.
19. Крысин Л. П. Слово в современных текстах и словарях: Очерки о русской лексике и лексикографии / Л. П. Крысин. – М.: Знак. – 2008. – 318 с.
20. Крысин Л. П. Этностереотипы в современном языковом сознании: к постановке проблемы / Л. П. Крысин // Философские и лингвокультурологические проблемы толерантности. – Екатеринбург, 2003. – С. 458-463.
21. Колягина А. А. Спектры гендерного фактора в английском языке / А. А. Колягина // Актуальные темы лингвистики и гуманитарных наук. – 2012. – С. 60-63.

22. Кузнецова Т. Ю. Социальные стереотипы восприятия выпускников детских домов / Т. Ю. Кузнецова // Социологические исследования. – 2003. – № 11. – С. 84-88.
23. Лесник Т.Р. Понятие «гендер» и гендерная лингвистика в научных и социальных контекстах / Т.Р. Лесник // Вестник науки. – 2024. – № 4 (73). – Т. 3. – С. 267-271.
24. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение». – 2004. – 384 с.
25. Маслова В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. – М., 2001. – 208 с.
26. Мирасова К.Н. Гендерные стереотипы в романах Айн Рэнд / К.Н. Мирасова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2022. – Т. 15. № 7. – С. 2143-2148
27. Попова А.Н. «Отражение феминизма в зарубежной литературе» / А.Н. Попова // Вестник науки. – 2023. – № 1 (58). – Т. 4. – С. 201-205
28. Поповская В. Б. Гендерный стереотип: особенности формирования и функционирования в языке и речи: дис. ... канд. филол. наук. / В. Б. Поповская. – Краснодар. 2007. – 214 с.
29. Поршнева О. С. Историческая имагология в современной российской историографии / О. С. Поршнева // Урал индустриальный. Бакунинские чтения: Индустриальная модернизация Урала в XVIII—XXI вв. XII Всероссийская научная конференция, посвященная 90-летию Заслуженного деятеля науки России, доктора исторических наук, профессора Александра Васильевича Бакунина. Материалы. Екатеринбург, 4-5 декабря 2014 г. : в 2-х т. – Екатеринбург : [УрФУ], 2014. – Т. 1. – С. 126-129.
30. Прожилов А. В. К вопросу о стереотипах в лингвистике / А. В. Прожилов // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. – 2013. – С. 78-82.
31. Сайтаева Т. И. Языковая природа социальных стереотипов: дис. ... канд. филол. наук. / Т. И. Сайтаева. – Ижевск. 2006. – 147 с.

32. Черных О.Ю. Учебное пособие как средство формирования гендерной идентичности в англоязычном педагогическом дискурсе / О.Ю. Черных // Мир науки, культуры, образования. – 2022. – № 2 (93). – С. 501-505.
33. Шевчук О.П., Котов К.С., Слукина А.А. Анализ гендерной асимметрии в иероглифике китайского языка / О.П. Шевчук, К.С. Котов, А.А. Слукина // Международный научно-исследовательский журнал. – 2022. – № 11 (125). – С. 1-5.
34. Юрченко Т. Г. Имагология: вопросы теории / Т. Г. Юрченко // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 7: Литературоведение. Реферативный информационно-аналитический журнал. – 2020. – № 4. – С. 13-19.
35. Gustafsson Sendén M., Eagly, A., Sczesny S. Of caring nurses and assertive police officers: social role information overrides gender stereotypes in linguistic behavior / M. Gustafsson Sendén, A. Eagly, S. Sczesny // Social Psychological and Personality Science. – 2022. – 11 (6). – Pp. 743-751.
36. Kneeskern, E. E., Reeder, P. Examining the impact of fiction literature on children's gender stereotypes / E.E. Kneeskern, P.A. Reeder // Current Psychology. – 2020. – 41 (3). – Pp. 1472–1485
37. Santoniccolo F., Trombetta T., Paradiso M.N., Rollè L. Gender and Media Representations: A Review of the Literature on Gender Stereotypes, Objectification and Sexualization / F. Santoniccolo, T. Trombetta, M.N. Paradiso, L. Rollè // International Journal of Environmental Research and Public Health. – 2023. – 20 (10). – 5770.

СЛОВАРИ

1. Словарь иностранных слов. 18-е. изд., стер. М.: Рус. яз., 1989. С. 484.

ИСТОЧНИКИ

1. Микляева А.В. Содержание возрастных стереотипов: эмпирическая типология. Письма в Эмиссия. Оффлайн. – Февраль, 2014. – URL: <http://www.emissia.org/offline /2014/2148.htm>

2. Чупракова Е. В. Особенности языковой концептуализации понятий «женственность» и «мужественность» // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2019. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_42566575_21259286.pdf

ПРИЛОЖЕНИЕ

1. The Place to Challenge Ballet's Gender Stereotypes? In Daily Class – <https://www.nytimes.com/2019/01/25/arts/the-place-to-challenge-ballets-gender-stereotypes-in-daily-class.html?smid=url-share>

2. Metaphorically Speaking, Men Are Expected to be Struck by Genius, Women to Nurture It – <https://www.nytimes.com/2016/10/12/science/women-stem-metaphors.html?smid=url-share>
3. Gender War, Aisle 3: Unisex Kids' Clothes Stir British Backlash – <https://www.nytimes.com/2017/09/04/world/europe/uk-britain-gender-children-john-lewis.html?smid=url-share>
4. The Gender Gap at School – <https://www.nytimes.com/2006/06/11/opinion/11brooks.html?smid=url-share>
5. Woman Behind #ILookLikeAnEngineer Says Campaign Against Gender Stereotypes Is 'Long Overdue' – <https://www.nytimes.com/2015/08/06/technology/hashtag-aims-to-break-gender-stereotypes-in-engineering.html?smid=url-share>
6. Pushing Back at Stereotypes – <https://www.nytimes.com/2010/03/21/sports/21longman.html?smid=url-share>
7. Gender Stereotypes Banned in British Advertising – <https://www.nytimes.com/2019/06/14/style/uk-gender-stereotype-ads-ban.html?smid=url-share>
8. 'Williams,' the Princess and the Gender Pay Gap – <https://www.nytimes.com/2014/02/06/opinion/blow-williams-the-princess-and-the-gender-pay-gap.html?smid=url-share>
9. Europe Takes Aim at Sexual Stereotyping in Ads – <https://www.nytimes.com/2008/09/10/business/media/10adco.html?smid=url-share>
10. Gender Bias on the Campus – <https://www.nytimes.com/1999/03/28/opinion/gender-bias-on-the-campus.html?smid=url-share>
11. Breaking Gender Stereotypes in the Toy Box – <https://www.nytimes.com/2018/02/05/well/family/gender-stereotypes-children-toys.html?smid=url-share>

12. Planned TV Channels Raise Gender Stereotype Worries – <https://www.nytimes.com/1998/11/02/business/planned-tv-channels-raise-gender-stereotype-worries.html?smid=url-share>
13. On Wall St., Gender Bias Runs Deep – <https://www.nytimes.com/2012/07/25/us/25iht-letter25.html?smid=url-share>
14. Separating Gender and Political Identity in Clinton Story – <https://www.nytimes.com/2008/03/01/us/politics/01web-toner.html?smid=url-share>
15. Do Gender-Neutral Gifts Still Elude Parents? – <https://archive.nytimes.com/parenting.blogs.nytimes.com/2012/11/29/do-gender-neutral-gifts-still-elude-parents/?searchResultPosition=31>
16. The Problem With Broadway Revivals: They Revive Gender Stereotypes, Too – <https://www.nytimes.com/2018/02/22/theater/gender-stereotypes-carousel-my-fair-lady-pretty-woman.html?smid=url-share>
17. Gender in the World of Science – <https://www.nytimes.com/paidpost/loreal-fondation/gender-in-the-world-of-science.html?smid=url-share>
18. Tackling Gender Stereotypes – <https://www.nytimes.com/2017/07/24/opinion/letters/tackling-gender-stereotypes.html?smid=url-share>
19. When ‘Sir’ and ‘Ma’am’ Miss the Mark: Restaurants Rethink Gender’s Role in Service – <https://www.nytimes.com/2022/03/28/dining/restaurant-service-gender.html?smid=url-share>
20. Fighting the Gender Stereotypes That Warp Biomedical Research – <https://www.nytimes.com/2019/05/30/health/gender-stereotypes-research.html?smid=url-share>
21. The Gender War Is On! And Fake – <https://www.nytimes.com/2018/07/02/opinion/gender-war-voting-equality-economics-family.html?smid=url-share>

22. Caitlyn Jenner and Gender Stereotypes –
<https://www.nytimes.com/2015/06/14/opinion/caitlyn-jenner-and-gender-stereotypes.html?smid=url-share>
23. In Belarus, Women Led the Protests and Shattered Stereotypes –
<https://www.nytimes.com/2020/10/11/world/europe/in-belarus-women-led-the-protests-and-shattered-stereotypes.html?smid=url-share>
24. As barriers disappear, some gender gaps widen –
<https://www.nytimes.com/2008/09/09/health/09iht-09tier.16000577.html?smid=url-share>
25. Challenging Visual Stereotypes of Masculinity –
<https://www.nytimes.com/2018/09/18/lens/challenging-visual-stereotypes-of-masculinity.html?smid=url-share>
26. A Gender Revolution Is Brewing in New Zealand Rugby –
<https://www.nytimes.com/2022/03/17/sports/rugby/new-zealand-rugby-black-ferns.html?smid=url-share>
27. A Fix for Gender Bias in Health Care? Check –
<https://www.nytimes.com/2017/01/11/opinion/a-fix-for-gender-bias-in-health-care-check.html?smid=url-share>
28. The #MeToo Moment: The Year in Gender –
<https://www.nytimes.com/2017/12/30/us/the-metoo-moment-the-year-in-gender.html?smid=url-share>
29. Boy Talk: Breaking Masculine Stereotypes –
<https://www.nytimes.com/2018/10/24/well/family/boy-talk-breaking-masculine-stereotypes.html?smid=url-share>
30. Should Lego Be Gender-Free – or Just Less Complicated? –
<https://parenting.blogs.nytimes.com/2012/01/03/should-lego-be-gender-free-or-just-less-complicated/?searchResultPosition=109>
31. The Editorial Notebook; Women Stereotyping Women –
<https://www.nytimes.com/1990/07/11/opinion/the-editorial-notebook-women-stereotyping-women.html?smid=url-share>

32. For Women Who Drive, the Stereotypes Die Hard –
<https://www.nytimes.com/2010/08/18/nyregion/18drivers.html?smid=url-share>
33. Stereotypes Of the Sexes Persisting In Therapy –
<https://www.nytimes.com/1990/04/10/science/stereotypes-of-the-sexes-persisting-in-therapy.html?smid=url-share>
34. Should the World of Toys Be Gender-Free? –
<https://www.nytimes.com/2011/12/30/opinion/does-stripping-gender-from-toys-really-make-sense.html?smid=url-share>
35. Not From Venus, Not From Mars: What We Believe About Gender and Why It's Often Wrong – <https://www.nytimes.com/2017/02/23/books/review/testosterone-rex-myths-of-sex-science-and-society-cordelia-fine.html?smid=url-share>
36. Sexual Stereotypes, Civil Rights and a Suit About Both –
<https://www.nytimes.com/2007/10/10/nyregion/10kickout.html?smid=url-share>
37. Perpetuating Stereotypes About Women and Athletics –
<https://www.nytimes.com/2004/11/21/sports/golf/perpetuating-stereotypes-about-women-and-athletics.html?smid=url-share>
38. Gender Is More Than Just Anatomy –
<https://www.nytimes.com/2016/05/14/opinion/gender-is-more-than-just-anatomy.html?smid=url-share>
39. 'Girl groups' leave behind the old stereotypes –
<https://www.nytimes.com/1986/03/16/arts/girl-groups-leave-behind-the-old-stereotypes.html?smid=url-share>
40. ART REVIEW; Shaking Up Stereotypes With Muscles. Lots of Them –
<https://www.nytimes.com/2000/04/07/arts/art-review-shaking-up-stereotypes-with-muscles-lots-of-them.html?smid=url-share>
41. Other side of 'gender gap': reagan seen as man's man –
<https://www.nytimes.com/1984/09/17/us/other-side-of-gender-gap-reagan-seen-as-man-s-man.html?smid=url-share>

42. Japan Needs a Lot More Tech Workers. Can It Find a Place for Women? –
<https://www.nytimes.com/2021/09/01/business/japan-tech-workers-women.html?smid=url-share>
43. In the #MeToo Era, Raising Boys to Be Good Guys –
<https://www.nytimes.com/2018/06/01/well/family/metoo-sons-sexual-harassment-parenting-boys.html?smid=url-share>
44. How Kids Learn Prejudice –
<https://www.nytimes.com/2016/10/23/opinion/sunday/how-kids-learn-prejudice.html?smid=url-share>
45. Is Hayden a Boy or Girl? Both. ‘Post-Gender’ Baby Names Are on the Rise –
<https://www.nytimes.com/2016/08/21/fashion/gender-neutral-baby-names.html?smid=url-share>
46. Why Do We Still Have ‘Girl Stuff’ and ‘Boy Stuff’? –
<https://www.nytimes.com/2020/11/18/us/gender-identity-childhood-tomboy-lisa-selin-davis.html?smid=url-share>
47. At Google, Employee-Led Effort Finds Men Are Paid More Than Women –
<https://www.nytimes.com/2017/09/08/technology/google-salaries-gender-disparity.html?smid=url-share>
48. How One Striking Music Video Bends Gender and Genre –
<https://www.nytimes.com/interactive/2018/07/23/arts/christine-and-the-queens-dance-girlfriend.html?searchResultPosition=101>
49. Liberties; Return to Gender –
<https://www.nytimes.com/1995/10/19/opinion/liberties-return-to-gender.html?smid=url-share>
50. Study Finds Fewer Female Protagonists in Hollywood’s Top Films –
<https://archive.nytimes.com/carpetbagger.blogs.nytimes.com/2015/02/09/study-finds-fewer-female-protagonists-in-hollywoods-top-films/?searchResultPosition=256>

51. Danish dictionary to weed out gender stereotypes – <https://www.theguardian.com/world/2023/sep/23/danish-dictionary-to-weed-out-gender-stereotypes>
52. Women, know your limits – leave going down stairs to men – <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/jul/30/watch-bottom-step-sister-could-be-your-downfall>
53. Girls believe brilliance is a male trait, research into gender stereotypes shows – <https://www.theguardian.com/education/2017/jan/26/girls-believe-brilliance-is-a-male-trait-research-into-gender-stereotypes-shows>
54. From air hostesses to firemen ... it's time to drop gendered job titles – <https://www.theguardian.com/careers/2016/may/05/from-air-hostesses-to-firemen-its-time-to-drop-gendered-job-titles>
55. Mystery of the wheelee suitcase: how gender stereotypes held back the history of invention – <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2021/jun/24/mystery-of-wheelee-suitcase-how-gender-stereotypes-held-back-history-of-invention>
56. Putting the brakes on gender stereotyped advertising – <https://www.theguardian.com/women-in-leadership/2015/jan/20/putting-the-brakes-on-gender-stereotyped-advertising>
57. Five strategies for creating gender equality in the media – <https://www.theguardian.com/media-network/2016/jul/20/five-strategies-creating-gender-equality-media>
58. Men en pointe: ballet dancers kick against gender stereotypes – <https://www.theguardian.com/stage/2021/mar/10/men-en-pointe-ballet-dancers-kick-down-gender-stereotypes>
59. Gone Girl revamps gender stereotypes – for the worse – <https://www.theguardian.com/film/filmblog/2014/oct/06/gone-girl-female-stereotype-women>
60. Take it from a neuroscientist: searching for a ‘male’ and ‘female’ brain is a waste of time – <https://www.theguardian.com/commentisfree/2024/feb/22/male-female-brains-different-centuries>

61. Textbooks worldwide rely on gender stereotypes, report finds – <https://www.theguardian.com/books/2016/mar/08/textbooks-worldwide-rely-on-gender-stereotypes-report-international-womens-day>
62. ‘Stereotypes are evolving’: female divers shake up conservative Jordan – <https://www.theguardian.com/environment/2023/jul/05/project-sea-women-diving-for-plastic-to-save-jordan-coral-reefs>
63. Eight ads that shatter tired gender stereotypes – <https://www.theguardian.com/media-network/2015/may/26/eight-ads-shatter-gender-stereotypes>
64. ASA launches investigation into gender stereotyping of women in adverts – <https://www.youtube.com/channel/UCKgpamMlm872zkGDcBJHYDg>
65. More women are thriving in science – does that mean attitudes have changed? – <https://www.theguardian.com/global-development/2024/feb/09/women-in-science-attitudes-woman-barriers>
66. You are your looks: that’s what society tells girls. No wonder they’re depressed – <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/sep/22/girls-looks-teach-children-appearance-stereotypes>
67. ‘Engineering is no longer just a job for the boys – but gender stereotyping still needs to be challenged’ – <https://www.theguardian.com/careers/2020/jun/23/engineering-is-no-longer-just-a-job-for-the-boys-but-gender-stereotyping-still-needs-to-be-challenged>
68. Gender stereotypes? Worry less, join in more, says world's first professor of play – <https://www.theguardian.com/science/2017/may/26/gender-stereotypes-worry-less-join-in-more-says-worlds-first-professor-of-play>
69. Model mother or pretty face: campaign reveals seven potentially harmful female stereotypes in ads – <https://www.theguardian.com/australia-news/2022/sep/15/model-mother-or-pretty-face-campaign-reveals-seven-potentially-harmful-female-stereotypes-in-ads>

70. 'Can't we have a funny joke?' Why #girlmath is dividing TikTok – <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2023/sep/28/girl-math-tiktok-joke-women-sexism>
71. Unilever vows to drop sexist stereotypes from its ads – <https://www.theguardian.com/media/2016/jun/22/unilever-sexist-stereotypes-ads-sunsilk-dove-lynx>
72. Young women seeking mental health help called 'dramatic', UK survey finds – <https://www.theguardian.com/society/2023/jul/17/young-women-seeking-mental-health-help-called-dramatic-uk-survey-finds>
73. Women and girls less likely to be considered for 'brainy' tasks – study – <https://www.theguardian.com/world/2018/dec/10/women-girls-less-likely-considered-brainy-tasks-study>
74. The Roman empire: why men just can't stop thinking about it – <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2023/sep/19/the-roman-empire-why-men-just-cant-stop-thinking-about-it>
75. Are gendered toys harming childhood development? – <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/may/28/toys-kids-girls-boys-childhood-development-gender-research>
76. UK advertising watchdog to crack down on sexist stereotypes – <https://www.theguardian.com/media/2018/dec/14/uk-advertising-watchdog-to-crack-down-on-sexist-stereotypers>
77. Are our children really trapped by gender stereotypes? – <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/aug/18/are-our-children-really-trapped-by-gender-stereotypes>
78. Must monsters always be male? Huge gender bias revealed in children's books – <https://www.theguardian.com/books/2018/jan/21/childrens-books-sexism-monster-in-your-kids-book-is-male>
79. Diversity in children's apps: 'Gender depictions tend to be very stereotyped' – <https://www.theguardian.com/technology/2015/jun/08/diversity-childrens-apps-gender-depictions>

80. Women behind the lens: ‘This is what it is to be a football fan ... three generations of women’ – <https://www.theguardian.com/global-development/2023/jul/05/women-behind-the-lens-this-is-what-it-is-to-be-a-football-fan-three-generations-of-women>
81. By the numbers: how parental leave is improving gender equality at work – <https://www.theguardian.com/volvo-car-australia-family-bond/2022/aug/03/by-the-numbers-how-parental-leave-is-improving-gender-equality-at-work>
82. I’d like my fiance to take my last name – is that too much to ask of him? – <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2023/jul/07/id-like-my-fiance-to-take-my-last-name-is-that-too-much-to-ask-of-him>
83. Young children must be protected from ingrained gender stereotypes – <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/womens-blog/2015/feb/23/sexist-assumptions-young-children-gender-stereotypes>
84. Sexual offence trials regularly rely on ‘rape myths’ and stereotypes of victim-survivors, NSW study finds – <https://www.theguardian.com/australia-news/2023/aug/10/nsw-study-rape-sexual-assault-harassment-trials-myths-victims-stereotypes>
85. Emma Watson’s UN gender equality campaign is an invitation to men, too – <https://www.theguardian.com/global-development/poverty-matters/2014/oct/03/emma-watson-un-gender-equality-campaign-is-an-invitation-to-men-too>
86. ‘My friends were amazed’: Nigerian women break ‘male’ jobs barrier amid cost-of-living crisis – <https://www.theguardian.com/global-development/2023/dec/02/my-friends-were-amazed-nigerian-women-break-male-jobs-barrier-amid-cost-of-living-crisis>
87. Standards body unveils plan to crack down on sexist advertisements – <https://www.theguardian.com/media/2017/jul/18/new-measures-announced-to-crack-down-on-sexist-adverts>

88. Boys need to talk more about feelings and fight inequality, report says – <https://www.theguardian.com/society/2022/nov/08/boys-need-to-talk-more-about-feelings-and-fight-inequality-report-says>
89. Bridging the gender gap: why do so few girls study Stem subjects? – <https://www.theguardian.com/science/head-quarters/2018/mar/08/bridging-the-gender-gap-why-do-so-few-girls-study-stem-subjects>
90. Sexism in France is ‘alarming’ and getting worse, says report – <https://www.theguardian.com/world/2023/jan/23/sexism-in-france-is-alarming-and-getting-worse-says-report>
91. Gender fluidity went pop in 2015 – and it's not just a phase – <https://www.theguardian.com/music/musicblog/2015/dec/28/gender-fluidity-went-pop-in-2015-miley-cyrus-angel-haze-young-thug>
92. Let's drop the gender stereotypes – we are all non-binary – <https://www.theguardian.com/society/2017/sep/16/drop-gender-stereotypes-we-are-all-non-binary>
93. Lego still builds gender stereotypes – <https://www.theguardian.com/science/2014/jun/06/lego-gender-stereotypes-scientists-female-minifigures>
94. The fightback against gendered toys – <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2014/apr/22/gendered-toys-stereotypes-boy-girl-segregation-equality>
95. CBBC under fire over gender stereotyping – <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2014/jan/24/cbbc-under-fire-gender-stereotyping>
96. Boys will be boys? How schools can be guilty of gender bias – <https://www.theguardian.com/education/2019/apr/23/school-guilty-bias-against-boys-gender-gap-education>
97. “Boys club”: stereotype of white male paramedic hampers gender equality, Victorian report finds – <https://www.theguardian.com/australia-news/2022/mar/31/boys-club-stereotype-of-white-male-paramedic-hampers-gender-equality-victorian-report-finds>

98. Caitlin Moran: what's gone wrong for men – and the thing that can fix them –
<https://www.theguardian.com/society/2023/jul/01/caitlin-moran-whats-gone-wrong-for-men-and-the-thing-that-can-fix-them>
99. Nine out of 10 people are biased against women, says “alarming” UN report –
<https://www.theguardian.com/global-development/2023/jun/12/nine-out-of-10-people-are-biased-against-women-says-alarming-un-report>
100. No, Caitlin Moran: men do talk about their feelings –
<https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/jul/07/caitlin-moran-men-talk-feelings-book-masculinity>