

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

Факультет международных отношений  
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации  
Специальность 45.05.01 – Перевод и переводоведение  
Специализация Лингвистическое обеспечение межгосударственных отношений

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
Зав. кафедрой  
*Т.Ю. Ма*  
« 14 » 06 2018 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему: Гендерный стереотип «woman» в американской лингвокультуре (на материале Интернет-ресурсов)

Исполнитель

студент группы 333-ос

*Ю.В. Юрченко* 08.06.18

Ю.В. Юрченко

Руководитель

д-р филол. наук

*Т.Ю. Ма* 09.06.18

Т.Ю. Ма

Нормоконтроль

д-р филол. наук

*Т.Ю. Ма* 09.06.18

Т.Ю. Ма

Рецензент

И.А. Кунгушева

Благовещенск 2018

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

Факультет \_\_\_\_\_

Кафедра \_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

\_\_\_\_\_ Т.Ю. Ма

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

**З А Д А Н И Е**

К выпускной квалификационной работе студента \_\_\_\_\_

1. Тема выпускной квалификационной работы: \_\_\_\_\_

(утверждено приказом от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_)

2. Срок сдачи студентом законченной работы \_\_\_\_\_

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: \_\_\_\_\_

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

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

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием  
относящихся к ним разделов) \_\_\_\_\_

7. Дата выдачи задания \_\_\_\_\_

Руководитель выпускной квалификационной работы: \_\_\_\_\_

(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): \_\_\_\_\_

(подпись студента)

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа содержит 96 с., 11 таблиц, 4 приложения, 57 использованных источников.

### ПОЛ, ГЕНДЕР, СТЕРЕОТИП, ГЕНДЕРНЫЙ СТЕРЕОТИП, ФЕМИНИННОСТЬ

Существует множество разных стереотипов, в том числе и гендерные стереотипы – культурно и социально обусловленные представления о качествах и нормах поведения мужчин и женщин, которые находят яркое воплощение в языковой картине мира.

В данной работе была предпринята попытка выявить особенности объективации стереотипа «woman» в материалах «женских» американских сайтов Интернет.

Основной целью данного исследования стало изучение и описание стереотипа «woman», объективированного в материалах американских Интернет-сайтов для женщин. В ходе работы был проведен анализ в рубриках и заголовках статей на сайтах Интернет, направленных на женскую аудиторию, который дал представления о ценностных ориентирах гендерной группы. Исследование показало, несмотря на то, что текст СМИ – это текст, «нехранимый в культуре», в массмедийном дискурсе сохраняются и воспроизводятся существующие в обществе стереотипы, которые приобретают статус прецедентных ситуаций для наименования рубрик.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1. Гендерные стереотипы как объект междисциплинарного исследования	8
1.1 Понятие «стереотип» в современной гуманитарной науке	8
1.2 Понятие «гендер» как междисциплинарный феномен	12
1.3 Гендерные стереотипы и методы их изучения	15
1.4 Изучение гендерных стереотипов в лингвистике	23
2. Гендерный стереотип «woman» в американской лингвокультуре	34
2.1 Цветовое и шрифтовое оформление сайтов	37
2.2 Тематическое оформление сайтов	39
2.1.1 Рубрика «Career»	41
2.1.2 Рубрика «Parenting» / «Family»	43
2.1.3 Рубрика «Health» / «Health & Fitness»	44
2.1.4 Рубрика «Money»	46
2.1.5 Рубрика «Travel»	47
2.3 Стереотип «woman» в заголовках статей	48
2.4 Стереотип «woman» в материалах статей	51
2.5 Стереотип «woman» в комментариях	57
Заключение	63
Библиографический список	67
Приложение А Перечень Web-сайтов	73
Приложение Б Сопоставление сайтов <a href="https://www.dailyworth.com">https://www.dailyworth.com</a> и <a href="http://www.modernmom.com">http://www.modernmom.com</a>	76
Приложение В Заголовки статей в различных тематических блоках	88
Приложение Г Заголовки статей с главной страницы сайтов	93

## ВВЕДЕНИЕ

Данная работа посвящена описанию гендерного стереотипа «woman», который объективируется в языковой форме в материалах сайтов Интернет и позволяет получить представление о современной американской женщине.

Тема исследования носит междисциплинарный характер, так как очевидна ее связь с предметами целого ряда гуманитарных наук: психология, теория межкультурной коммуникации, педагогика, философия, и др.

Гендер – это целый комплекс социальных и психологических процессов, а также культурных установок, порожденных обществом и воздействующих на поведение национальной языковой личности. По этой причине гендер представляет интерес как для социологов, психологов и философов, так и для представителей целого ряда других наук.

Источником стереотипа может быть как личный контакт, так и информация, полученная из Интернет-ресурсов. Необходимо учитывать, что основной задачей Интернет-ресурсов является освещение событий, затрагивающих интересы обоих полов в равной степени, однако сайты, предназначенные для женщин, несомненно, имеют свою специфику.

Следуя классической логике, в общественном сознании большинства этнических групп с образом женщины всегда ассоциировались некоторые устойчивые, с учетом межличностного фактора восприятия, качества – эмоциональность, забота, ранимость. Список можно было бы продолжать долго, однако меняется жизнь человека, его потребности, а с ними и принятые в обществе представления о женщине.

Интернет в современном обществе может оказаться решающим регулятором массового гендерного сознания и непосредственно влиять на формирование представлений о женской гендерной идентичности в границах лингвокультуры. Поэтому **актуальными** становятся исследования реально существующих в обществе гендерных стереотипов, которые получают языковую объективацию в «глобальной сети».

**Новизна** работы определяется недостаточной разработанностью проблемы отражения гендерных стереотипов в дискурсе Интернет в условиях межкультурной коммуникации на современном этапе развития общества, в условиях глобализации и повышения роли женщины в процессе формирования национальной лингвокультуры.

**Целью** работы стало изучение и описание стереотипа «woman», объективированного в материалах американских Интернет-сайтов для женщин.

В соответствии с поставленной целью были решены следующие **задачи**:

1) обзор работ по теме исследования, включая рассмотрение определений понятий «пол», «гендер», «стереотип», «гендерный стереотип»; обобщение и систематизация теоретического материала;

2) анализ сайтов Интернет с опорой на метод поиска по ключевым словам с целью выявления релевантных для исследования стереотипа «woman» материалов;

3) рассмотрение невербальной информации, позволяющей получить представление о специфике оформления сайтов, репрезентирующих разные образы женщин;

4) выявление и анализ в материалах сайтов суждений о женщине, которые могут рассматриваться как стереотипные представления о ней;

5) описание существующего в массовом сознании носителей американского варианта английского языка стереотипа «woman».

**Объектом исследования** является стереотип «woman». **Предметом исследования** служит стереотип «woman», получающий языковую объективацию в материалах американских «женских» сайтов Интернет.

**Материалом исследования** послужили американские сайты Интернет, ориентированные, в первую очередь, на женскую аудиторию. Количество сайтов, проанализированных в ходе исследования – 101. Количество заголовков, проанализированных в ходе исследования – 430 единиц.

В соответствии с характером изученного материала основными **методами исследования** стали: анализ научной литературы, обобщение и систематизация, метод сплошной и частичной выборки, контент-анализ, интерпретационный метод, анализ словарных дефиниций, метод количественного подсчета, метод поиска по ключевым словам, сравнительный метод.

Теоретической базой послужили труды Е.И. Горошко, А.И. Кабалева, А.В. Кириловой, В.А. Масловой, Т.Б. Рябовой, Э. Томской, и др.

**Теоретическая значимость** работы заключается в обобщении существующих в современной гуманитарной науке, в том числе – лингвистической, – подходов к исследованию феномена пола, гендера, гендерных стереотипов.

Результаты проведенного исследования могут быть использованы в практике преподавания английского языка, в курсах «Введение в теорию межкультурной коммуникации», «Лингвострановедение» и др.

Работа состоит из реферата, введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Во введении содержится обоснование выбора и актуальности темы, формулируются цель и задачи исследования, методологическая база, теоретическая и практическая значимость работы.

Глава 1 посвящена рассмотрению и обобщению понятий «гендер», «стереотип», «гендерный стереотип».

2 глава посвящена изучению и описанию гендерного стереотипа «woman» в материалах сайтов Интернет (цветовое и шрифтовое оформление сайтов, тематическое оформление сайтов, стереотип «woman» в материалах статей, стереотип «woman» в комментариях).

# 1. ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ КАК ОБЪЕКТ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

## 1.1. Понятие «стереотип» в современной гуманитарной науке

Человек, воспринимая мир в соответствии с представлениями, отношениями и ценностями, господствующими в его родной культуре, ведет себя в соответствии с ними. Поэтому представления людей о мире всегда относительно и разнообразны и зависят от того, в какой культуре человек родился и воспитывался<sup>1</sup>.

В течение столетий каждая нация формирует свое представление об окружающей действительности, о своей и чужой культуре. Например, всем известна американская деловитость и русское выражение «авось да небось» и др. Эти стереотипные представления отражают те или иные качества характера, уровень темперамента и особенности стиля жизни разных народов. В некоторых странах существует самостоятельное междисциплинарное направление, исследующее происхождение, функционирование, влияние на состояние общества стереотипных представлений. Это направление получило название «имагология» (во французском языке) или «имэджинология» (в английском языке). Ученые – социологи, лингвисты, психологи, антропологи все больше уделяют внимание тому, как стереотипы влияют на жизнь человека, его культуру, мировосприятие и миропонимание.

Процесс построения целостного образа индивида как представителя этнической группы и участника межкультурного общения может начаться и до непосредственного контакта с ним, поскольку человек способен создать образ другого человека на основе тех знаний, которые он получает из разных источников информации. Основу таких образов могут создавать стереотипы.

Первоначально, как утверждают исследователи, понятие «стереотип» имело отношение лишь к полиграфии, обозначая металлическую печатную

---

<sup>1</sup> Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М., 2005. С. 226.

форму, отлитую с типографического набора. Только потом его можно было найти в работах социологов, социальных психологов, теоретиков пропаганды.

Стоит отметить, что понятие «стереотип» довольно неоднозначно и имеет различные значения. Первое наиболее четкое его определение в современной науке дал американский социолог и журналист У. Липпман. В своей работе «Public Opinion»<sup>2</sup>, которая была опубликована в 1922 году, он предпринял попытку определить роль и место стереотипов в системе общественного мнения.

У. Липпман определил понятие *стереотип* как заранее принятое и упрощенное видение о мире, о его процессах и феноменах, которые не основываются на собственном опыте<sup>3</sup>.

У. Липпман говорил о том, что «человек, пытаясь постичь окружающий мир во всей его противоречивости, создает «картину в своей голове» относительно тех явлений, которые он непосредственно не наблюдал. Человек имеет ясное представление о большинстве вещей еще до того, как он с ними столкнулся непосредственно в жизни. Подобные представления-стереотипы формируются под влиянием культурного окружения данного индивидуума: «В большинстве случаев мы не сначала видим, а потом даем определение, мы сначала определяем для себя то или иное явление, а потом уже наблюдаем его»<sup>4</sup>.

Работа У. Липпмана «Public Opinion» оказала большое влияние на все исследования, связанные с изучением стереотипов. В настоящее время определения стереотипа в некотором смысле отличаются от того, что дает Липпман, однако все они имеют общее ядро.

В отечественной науке есть несколько определений стереотипов, в которых отражается разное понимание их основных составляющих факторов и разные подходы к определению сути стереотипа. Под стереотипом

---

<sup>2</sup> Lippmann W. Public opinion. N.Y., 1922. 240 p.

<sup>3</sup> Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т. В. Барчуновой. М, 2004. С. 96-100.

<sup>4</sup> Там же. С. 97.

понимаются устойчивые, регулярно повторяющиеся формы поведения. Это своего рода шаблоны, штампы, образцы поведения, принятые в той или иной культуре.

Согласно другой точке зрения, стереотип представляет собой психолингвистическую, динамичную, функциональную систему, призванную стабилизировать социально значимую деятельность субъекта.

В иной интерпретации стереотип рассматривается как проявление группового сознания, которое выражается в виде стандарта поведения, образа группы или человека, предрассудка, идеологического клише и т.д.<sup>5</sup>. Однако все представленные определения построены на ключевом понятии о стереотипе как стандарте, схеме или шаблоне.

А.К. Байбурин дает следующее определение *стереотипа*: суждение, в заостренно упрощающей и обобщающей форме, с эмоциональной окраской приписывающее определенному классу лиц некоторые свойства или, наоборот, отказывающее им в этих свойствах. Стереотипы рассматриваются как особые формы обработки информации, облегчающие ориентацию человека в мире. Признаки, содержащиеся в стереотипах, используются говорящим для оценки отнесенности предметов к тому или иному классу и приписывания им определенных характеристик<sup>6</sup>.

Несмотря на существование различных подходов к определению понятия «стереотип», в зарубежных исследованиях преобладает точка зрения о том, что *стереотип* является обобщением всех явлений, которые существуют в реальности. Большинство авторов продолжают также утверждать, что стереотипы являются лишь носителями ошибочной информации.

Так, например, психолог М. Кордуэлл определяет *стереотип* как «жесткое, часто упрощенное представление о конкретной группе или категории людей. Поскольку люди вообще склонны к упрощениям, то

---

<sup>5</sup> Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М., 2005. С. 227 -228.

<sup>6</sup> Байбурин А.К. Некоторые вопросы этнографического изучения поведения // Этнические стереотипы поведения. Л., 1985. С. 7-21.

формируем стереотипы для большей предсказуемости поведения других людей. Эти стереотипы часто имеют негативную природу и основаны на предрассудках и дискриминации. Стереотипы не обязательно являются ложными; обычно они содержат некое зерно истины. Их разделяет значительное количество людей, что в целом способствует их укоренению. Стереотипы могут меняться со временем, но их носителям часто бывает трудно избавиться от усвоенных представлений»<sup>7</sup>.

В содержании данного определения явно прослеживается негативная оценка стереотипа. И хотя психолог не отрицает истинности некоторых стереотипов, он все же подчеркивает больше негативных его сторон в данном определении, чем позитивных.

Причины возникновения стереотипов разнообразны. Однако самой главной из них, вероятно, является защитная реакция сознания на перегрузку мозга от постоянно увеличивающегося объема информации. Стереотипизация поступающей информации выступает естественной формой защиты мозга от перегрузок, направленной на сохранение целостности и здоровья всего организма. Без этой защиты сознание человека просто запуталось бы от постоянного вынесения оценочных суждений. Наличие стереотипов значительно упрощает и облегчает этот процесс<sup>8</sup>.

В своей работе В.А. Маслова обобщает понятия о стереотипе представителей разных наук: «*стереотип* – это некоторый фрагмент концептуальной картины мира, ментальная «картинка», устойчивое культурно-национальное представление о предмете или ситуации»<sup>9</sup>. Это, по мнению автора, некоторое культурно-детерминированное представление о предмете, явлении, ситуации. Причем не только его ментальный образ, но и, что важно в контексте данной работы, – его вербальная оболочка.

Принадлежность к конкретной культуре определяется наличием базового стереотипного ядра знаний, повторяющегося в процессе

---

<sup>7</sup> Кордуэлл М. Психология. А - Я: Словарь-справочник. М., 2000. С. 316.

<sup>8</sup> Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М., 2005. С. 232.

<sup>9</sup> Маслова В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие. М, 2001. С. 110.

социализации личности в данном обществе, поэтому стереотипы считаются прецедентными (важными, представительными) именами в культуре. *Стереотип* – это «такое явление языка и речи, такой стабилизирующий фактор, который позволяет, с одной стороны, хранить и трансформировать некоторые доминантные составляющие данной культуры, а с другой – проявить себя среди «своих» и одновременно опознать «своего»<sup>10</sup>.

Обобщая вышеприведенные интерпретации термина «стереотип», причины его возникновения и механизмы формирования, можно сказать, что под *стереотипами* понимаются устойчивые культурно-национальные взгляды людей о вещах, событиях, качествах и чертах характера других людей, а также различных явлений. Однако ученые отмечают, что стереотипы в большинстве случаев бывают ложными. Говоря о стереотипах, мы подразумеваем первичные ассоциации и образ человека к какому-либо объекту или явлению.

Подчеркнем еще раз, что сегодня, как и ранее, стереотипы существуют в разных сферах жизни человека и оказывают на него огромное влияние, потому как способны экономить время и ресурсы нашего мозга, облегчать процесс создания образа партнера по коммуникации, психологически готовить индивида к познанию нового.

## **1.2. Понятие «гендер» как междисциплинарный феномен**

На современном этапе науки гендер является таким же ключевым термином, как род, нация, класс, поэтому его изучение является особенно актуальным. Для дальнейшего исследования проблемы описания стереотипного образа женщины в американской лингвокультуре необходимо определить точный смысл, который будет вкладываться в понятие «гендер» в процессе решения поставленных задач.

Несмотря на то, что вплоть до 60-х – начала 70-х гг. XX века наука, в том числе лингвистическая, не оперировала термином «гендер», а социальные различия между полами не являлись предметом научного

---

<sup>10</sup> Маслова В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие. С. 110.

анализа, в современной парадигме знания о человеке принято разграничивать такие понятия, как «пол» (sex) и «гендер» (gender).

Пол – одна из самых сложных научных категорий. В первую очередь, он описывает биологические отличия между мужчиной и женщиной. Тем не менее, кроме биологических различий между мужчинами и женщинами, существуют также отличия в их формах поведения, эмоциональных и культурных характеристиках, разделении труда и социальных ролях, которые, по своей сути, в огромной степени являются стереотипными.

Таким образом, в науке возникло понятие *гендер*, которое означает спектр культурных и социальных характеристик, который определяет положение женщин и мужчин в обществе. Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что в современной науке данный термин употребляется для того, чтобы различать культурные и социальные характеристики от биологической природы, отличающей женщин от мужчин.

Проще говоря, проводится разграничение между социальным и биологическим полом. А именно, считается, что человек воспитывается с гендером, а рождается с биологическим полом.

Впервые термин «гендер» был введен в научный оборот в 1958 году американским психоаналитиком университета Калифорнии Робертом Столлером. Он полагал, что «пол» относится к биологии (гормоны, гены, нервная система, морфология), а «гендер» – к культуре (психология, социология). Тем самым Р. Столлер дал гуманитариям лингвистический инструмент, позволяющий отделить понятие «пол» как биологический феномен от понятия «гендер» как феномена социальной, психологической и лингвистической природы.

Позднее британский социолог Энн Оукли наиболее точно обосновала в своей работе «Sex, gender and society» смысл разделения таких понятий как «пол» и «гендер»: «Когда стараются определить разницу в терминах «естественных различий», здесь смешиваются два разных процесса – тенденция различить пол и тенденция различить способ существования пола.

Первое есть действительно постоянная черта человеческого общества, но второе – нет. И поэтому необходимо различие пола и гендера, если половые различия имеют естественное происхождение, то вторые имеют свой источник в культуре, а не в природе»<sup>11</sup>.

Таким образом, в понятие «гендер» вкладывается отрицание истинной биологической предопределенности пола: есть гендер, или социальный пол, и есть биологический пол.

В связи с тем, что понятие «гендер» до настоящего момента вызывает множество споров и имеет разные формулировки, для того, чтобы понять, что определяет понятие *гендер*, представляется необходимым обратиться к его трактовкам у разных авторов.

Так, Е.В. Анисимов отмечает, что *гендер* – это социальный пол, определяющий поведение человека в обществе и то, как это поведение воспринимается. Это полоролевое поведение, которое формирует отношение с другими людьми: друзьями, коллегами, одноклассниками, родителями, случайными прохожими и т.д.<sup>12</sup>.

По П. Бергеру и Т. Лукману, *гендер* – это повседневный мир взаимодействия мужского и женского, воплощенный в «практиках», представлениях, нравах; это системная характеристика социального порядка, от которой невозможно отказаться – она постоянно воспроизводится и в структурах сознания, и в структурах действия<sup>13</sup>.

Согласно определению И.С. Клециной, *гендер* – это специфический набор культурных характеристик, которые определяют социальное поведение женщин и мужчин, их взаимоотношения между собой. Таким образом, гендер относится не просто к мужчинам или женщинам, а к отношениям между ними и к способу социального конструирования этих

---

<sup>11</sup> Oakley A. Sex, gender and society. L., 1972. P. 22.

<sup>12</sup> Анисимов Е.В. Женщины у власти в XVIII веке как проблема. М., 2005. С. 328-335.

<sup>13</sup> Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М., 1995. 323 с.

отношений, то есть к тому, как само общество выстраивает эти отношения и взаимодействие полов в социуме<sup>14</sup>.

По Д. Майерсу под термином гендер понимают социально-биологическую характеристику, с помощью которой люди дают определение понятиям «мужчина» и «женщина»<sup>15</sup>.

По мнению Р. Унгер, *гендер* – совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в зависимости от их биологического пола, социально-биологическая характеристика, с помощью которой люди дают определения понятиям «мужчина» и «женщина»<sup>16</sup>.

Итак, из вышеприведенных определений мы видим, что понятие *гендер* – это особый набор моделей поведения и конкретных культурных черт женщин и мужчин. Таким образом, его можно отнести не просто к мужчинам или женщинам, а к отношениям между ними и к способу социального формирования этих отношений в обществе.

### **1.3 Гендерные стереотипы**

Согласно мнению сторонников современной гендерной теории, она не пытается оспорить существование тех или иных биологических, социальных, психологических различий между конкретными женщинами и мужчинами. Она только утверждает, что сами по себе различия менее важны, чем их социокультурная оценка и интерпретация. Гендерный подход основан на представлении о том, что важны не биологические или физические различия между мужчинами и женщинами, а то культурное и социальное значение, которое придает общество этим различиям. Последние формируют стереотипы общественного сознания, детерминирующие правила поведения людей в соответствии с приписываемыми социумом ролями.

---

<sup>14</sup> Клещина И.С. Гендерная идентичность // Гендерная психология: хрестоматия / сост. Е.Е. Ли. Иркутск, 2010. С. 98-103.

<sup>15</sup> Майерс Д. Социальная психология / Пер. с англ. Спб., 2007. С. 228.

<sup>16</sup> Словарь гендерных терминов / под. ред. А.А. Денисовой. М., 2002. С. 21.

Гендерные стереотипы касаются социальных образов женственности / феминности и мужественности / маскулинности. Однако нельзя не отметить тот факт, что в дефинициях гендерных стереотипов нет единства.

Согласно мнению С.А. Басова, *гендерные стереотипы* – это социально конструируемые категории «маскулинность» и «феминность», которые подтверждаются различным поведением, зависящим от пола и распределением мужчин и женщин внутри социальных ролей и статусов<sup>17</sup>.

В свою очередь, ряд западных исследователей, таких как Р. Эшмор и Ф. Дель Бока, ставят во главу проблемы личностные характеристики мужчин и женщин и дают следующее определение *гендерным стереотипам* – схематизированный набор о личностных особенностях женщин и мужчин<sup>18</sup>.

И наконец, группа определений, которая берет за основу сами концепты феминности и маскулинности. «Гендерные стереотипы – это схематизированные, обобщенные образы маскулинности и феминности»<sup>19</sup>.

Итак, в понятии *гендерные стереотипы* содержатся, во-первых, нормативные образцы поведения, приписываемые мужчинам или женщинам. Во-вторых, понятие включает в себя традиционные мужские и женские особенности и качества. В-третьих, в них отражаются схематизированные и обобщенные представления людей о том, что отличает мужчину от женщины, и наоборот. И, наконец, в-четвертых, гендерные стереотипы зависят от культурного контекста и той среды, в которой они находят свое применение.

Все существующие гендерные стереотипы условно можно разделить на три группы. Первая – стереотипы маскулинности / феминности. Всем женщинам и мужчинам приписывают конкретные характеристики и образцы поведения. Например, женщинам обычно приписываются такие качества, как интуитивность, бессознательность, активность, слабость и др., а мужчинам – логичность, сознательность, пассивность, сила и т.д. Как можно заметить,

---

<sup>17</sup> Basow S.A. Sex roles stereotypes: traditions and alternatives. Belmont, 1980. P. 17.

<sup>18</sup> Ashmore R.D. Sex, gender and the individual: Handbook of personality theory and research. N-Y., 1990. P. 222.

<sup>19</sup> Renzetti K., Curran D. Women, men, and society. Boston, 1999. P. 292.

качества маскулинности и феминности имеют полярные полюса: активность – пассивность, сила – слабость.

Следующая группа раскрывает определенные социальные роли в семейной и профессиональной сферах. Женщинам, как правило, в качестве основных отводятся семейные роли (матери, хозяйки, жены), а мужчинам – профессиональные. Как отмечает И.С. Клецина, «мужчин принято оценивать по профессиональным успехам, а женщин – по наличию семьи и детей»<sup>20</sup>.

Согласно классификации И.В. Грошева, существует несколько основных женских образов, соответствующих определению «гендерного стереотипа»<sup>21</sup>. Остановимся на них подробнее.

1. Образ «городской кокетки». Это молодая, счастливая девушка, главные её увлечения – уход за своей внешностью, шопинг, отдых и свидания.

2. Образ «домохозяйки», жены, матери. Женщина «домохозяйка» заботится о семейном благополучии. В её квартире всегда идеальная чистота и порядок и уют.

3. Образ «деловой женщины». Для «деловых» женщин на первый план выходят такие качества, как уверенность в себе и независимость. Однако, работа – не единственная их сфера интересов. Для них также важна забота о доме, себе самой и своем внешнем облике<sup>22</sup>.

Третья группа описывает различия между лицами мужского пола и женского в занятиях определенными видами труда. Так, мужчинам приписываются занятия и профессии инструментальной сферы деятельности, имеющей, как правило, творческий или созидающий характер, а женщинам – экспрессивной сферы, отличающейся исполнительским или обслуживающим характером. Поэтому распространенным является мнение о существовании так называемых «мужских» и «женских» профессий.

---

<sup>20</sup> Клецина И.С. Гендерная социализация. СПб, 1998. С. 19.

<sup>21</sup> Грошев И.В. Рекламные технологии гендера // Общественные науки и современность. 2000. № 4. С. 172-187.

<sup>22</sup> Кривцова Е.В. Гендерные стереотипы в современной рекламе женских духов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 12-3. С. 537-540.

По данным ЮНЕСКО, стереотипный перечень мужских занятий включает профессии архитектора, водителя, инженера, механика, исследователя и т.д., а женских библиотекаря, воспитательницы, учительницы, телефонистки, секретарши и др. По мнению участников групповых интервью данного исследования, в число «мужских» профессий входит большой набор специальностей промышленной, технической, строительной, военной, сельскохозяйственной и других сфер. Женщинам при этом традиционно отводятся занятия в сферах образования (учитель, воспитатель), медицины (врач, медсестра, акушерка), обслуживания (продавец, горничная, официантка). В научной сфере занятость мужчин связывается с естественными, точными, общественными областями, а женщин преимущественно, с гуманитарными. Наряду с подобным «горизонтальным» делением сфер труда на мужские и женские, существует и вертикальное деление, выражающееся в том, что руководящие должности в подавляющем большинстве занимают мужчины, а позиции женщин имеют подчиненный характер<sup>23</sup>.

Хотя гендерные стереотипы склонны к упрощению реальной ситуации межличностного общения и поведения представителей гендерных групп, однако в коллективном сознании они закреплены прочно и меняются медленно. Стереотипные представления в той или иной степени воздействуют на каждого человека. В соответствии с укоренившимся стереотипом, женщинам в обществе приписывается меньшая ценность, чем мужчинам. Причем данная тенденция отмечена в каждой культуре.

Приведенная выше классификация гендерных стереотипов имеет относительный характер. Стереотипы, представленные во второй и третьей группе, раскрывают более индивидуальные особенности, и в частности, семейную или профессиональную сферы. Из трех групп наиболее универсальными являются стереотипы феминности / маскулинности. При

---

<sup>23</sup> Burn S.M. The social psychology of gender. M., 2004. P. 320.

этом стоит отметить, что данные группы отчасти взаимопересекаются в сознании представителей разных культур.

К тому же, исследователи отмечают, что представлениям о мужественности и женственности и присущих им свойствах отводится существенное пространство в культурных обрядах, фольклоре, мифологическом сознании, «наивной картине мира». Социальные роли мужчин и женщин, как правило, регламентированы, хотя степень регламентации зависит от уровня развития культуры. С течением времени регламентация стереотипизируется, а затем – что очень важно, – функционирует в коллективном сознании по схеме «правильное / неправильное».

Стоит сказать, что в разных культурах социальному поведению одного и того же индивида, на основе его пола, придается различное значение; одно и то же содержание находит различное выражение в поступках. При этом стереотип играет роль программы поведения и задает шкалу оценки ее выполнения.

Так, например, в 1972 году И. Броверман с соавторами в работе «Sex role stereotypes: a current appraisal»<sup>24</sup> попросили юношей и девушек дать характеристику типичному мужчине и типичной женщине. В результате для тех и других выявился различный набор качеств. Среди качеств, характерных для женщин, были названы: тактичная, проявляет расположение, нежная, не использует грубых выражений, разговорчивая, религиозная, интересуется собственной внешностью, ценит искусство и литературу, сильно нуждается в защите, аккуратная в привычках, спокойная. Таким образом, указанные качества в совокупности априори определяют модель поведения женщины в рамках лингвокультуры. А любые отклонения воспринимаются как нарушение нормы ожидания.

---

<sup>24</sup> Broverman I., Vogel S.R., Broverman D.M., Clarkson F.E., Rosenkrantz P.S. Sex role stereotype: A current appraisal // Journal of social issues. 1972. № 28. P. 59-78.

Еще одни исследователи в области гендерных стереотипов<sup>25</sup>, Дж. Макки и А. Шериффс, в 1957 году в своем исследовании пришли к выводу, что типично женский образ включает социальные и коммуникативные умения, теплоту и эмоциональную поддержку. Типично отрицательными качествами женщины признаются формализм, пассивность, излишняя эмоциональность и т. п. Иными словами, воспринимаются как противопоставленные в определенном смысле соответствующим характеристикам мужчины: активность социальной позиции, твердость в принятии решений, опора на разум, а не чувства, но и эмоциональная холодность, отсутствие стремления к оказанию психологической поддержки и пр.

А в 1990 году были представлены результаты работы «Measuring sex stereotypes: A thirty Nation study» Дж. Уильямса и Д. Беста<sup>26</sup>. Испытуемым из 25 стран было предложено использовать 300 наиболее употребительных прилагательных, описывающих личностные черты, для характеристики мужчин и женщин, и стереотипных черт характера представителей обоих полов. Среди качеств, характерных для женщин, были названы: боязливость, доброта, женственность, зависимость, застенчивость, кротость, любопытность, мечтательность, нежность, очаровательность, покорность, привлекательность, приятность, разговорчивость, сексуальность, сентиментальность, слабость, спокойность, тревожность, чувствительность, эмоциональность. Женщины, в соответствии с проведенными экспериментами, воспринимаются как зависимые, кроткие, слабые, боязливые, эмоциональные, чувствительные, нежные, мечтательные и суеверные.

Хотя большинство людей понимают, что стереотипы не соответствуют действительности, некоторые по-прежнему делают выводы о человеке, основываясь на его биологических характеристиках (поле). Приведем

---

<sup>25</sup> Sherriffs A.C., McKee J.P. Qualitative aspects of beliefs about men and women. Journal of personality. 1957. № 25. P. 451-464.

<sup>26</sup> Williams J. E. Measuring sex stereotypes: A thirty-nation study. Beverly Hills, 1982. 252 p.

примеры наиболее устойчивых гендерных стереотипов, влияющих на восприятие женщин в американском обществе.

Согласно данным исследований, проведенных недавно учеными, гендерные стереотипы об американских женщинах основаны на следующих постулатах:

1) женщины должны работать секретарями, учителями и библиотекарями («Women are supposed to have «clean jobs» such as secretaries, teachers, and librarians»);

2) женщины должны быть медсестрами, а не врачами («Women are nurses, not doctors»);

3) женщины не так сильны, как мужчины («Women are not as strong as men»);

4) женщины должны зарабатывать меньше, чем мужчины («Women are supposed to make less money than men»);

5) лучшие женщины – мамы-домохозяйки («The best women are stay at home moms»);

6) женщинам не нужно высшее образование («Women don't need to go to college»);

7) женщины не занимаются спортом («Women don't play sports»);

8) женщины не могут быть политиками («Women are not politicians»);

9) женщины должны быть покорными и выполнять то, что им говорят («Women are supposed to be submissive and do as they are told»);

10) место женщины на кухне («Women are supposed to cook and do housework»);

11) женщины должны воспитывать детей («Women are responsible for raising children»);

12) женщины не имеют технических навыков и не справляются с такими задачами, как ремонт автомобиля («Women do not have technical skills and are not good at «hands on» projects such as car repairs»);

13) удел женщин – оказывать поддержку в трудную минуту, а не совершать героические поступки («Women are meant to be the damsel in distress; never the hero»);

14) женщины должны хорошо выглядеть («Women are supposed to look pretty and be looked at»);

15) женщины любят петь и танцевать («Women love to sing and dance»);

16) женщины не любят играть в компьютерные видеоигры («Women do not play video games»);

17) женщины любят кокетничать («Women are flirts»);

18) женщины никогда не проявляют инициативу, чтобы познакомиться («Women are never in charge»)<sup>27</sup>.

Очевидно, что некоторые из приведенных стереотипов не соответствуют действительности, однако ретранслируются ресурсами сети Интернет, что, в свою очередь, влияет на формирование дополнительных к уже существующим представлениям (в том числе несоответствующих действительности) о поведении мужчин и женщин в обществе.

В той или иной степени стереотипы-предвззудки воздействуют на каждого человека. Согласно укоренившимся представлениям, как сказано выше, женщинам в обществе приписывается меньшая ценность, чем мужчинам. Так, в статье «The times they are a-changing or are they not? A comparison of gender stereotypes, 1983 – 2014»,<sup>28</sup> авторы – Э. Хэйнс, К. До, Н. Лофаро, рассматриваются вопросы о том, изменились ли за 30 лет гендерные стереотипы, и в какой степени они влияют на восприятие людей сегодня.

В результате эксперимента было выявлено, что в настоящее время стереотипы также сильно влияют на восприятие образов мужчин и женщин, как и в прошлом.

---

<sup>27</sup> Bharti J., Rao S.L. Masculine and feminine traits perception of MBA students // The International journal of Indian psychology. 2016. № 3. P. 6-13.

<sup>28</sup> Haines E.L., Deaux K., Lofaro N. The times they are a-changing or are they not? A comparison of gender stereotypes, 1983–2014 // Psychology of women quarterly. 2016. № 40 (3). P. 353-363.

Сравнение двух временных периодов показывает стабильность гендерных стереотипов по всем компонентам, за исключением гендерных ролей женщин в общественной среде. Например, стереотип о том, что мужчины, как правило, занимаются ремонтом и обслуживанием автомобиля, а удел женщины – забота о детях и домашнем хозяйстве существенно не изменился с 1983 по 2014 год. В то же время, например, в 2014 году, по сравнению с 1982 годом, женщины и мужчины уже в равной степени принимали на себя ведущие роли в решении финансовых проблем (оба пола занимаются финансовыми вопросами), что было не характерным для эпохи «до феминизма».

Данные 2014 года также показали, что мужчины с большей вероятностью поверят гендерным стереотипам о гендерном ролевом поведении мужчин, в то время как женщины с большей вероятностью поверят стереотипам о гендерном ролевом поведении женщин. Эти результаты свидетельствуют об укоренившихся стереотипах о том, что мужчины и женщины воспринимаются по-разному несмотря на изменения в участии и признании женщин и мужчин, работающих в нетрадиционных областях. Поскольку гендерные стереотипы, по-видимому, так глубоко укоренились в нашем обществе, те, кто в состоянии оценить женщин и мужчин, а также самих женщин и мужчин, должны быть бдительными и понимать, что существующие стереотипы влияют на принятие решений, выбор и действия.

Гендерные нормы поддерживаются с помощью стереотипов. Одной из составляющих женских ценностей является ее способность заботиться о семье и доме. Выделяется также норма антиженственности. Эта норма побуждает мужчин избегать считающихся женскими занятий и моделей поведения. Например, психологи отмечают, что некоторые мужчины считают яркое выражение чувств, эмоциональность, «принадлежностью» исключительно женщин, и что они будут выглядеть недостаточно

мужественными, если будут слишком экспрессивны в выражении своих чувств.

Таким образом, в гендерных исследованиях рассматриваются роли, нормы, ценности, черты характера, особенности речевого поведения, которые предписывает общество женщинам и мужчинам, однако проявление гендерной специфики в языке, наивной картине мира – это задача, которая решается сегодня на стыке наук такой областью знания, как гендерная лингвистика.

#### **1.4 Изучение гендерных стереотипов в лингвистике**

Гендерная лингвистика возникла на стыке наук таких наук как, лингвистика и гендерология и имеет близкие связи с политологией, социологией, социо- и психолингвистикой.

Общепризнанным является также факт, что социокультурная обусловленность пола, его ритуализация и институционализация делают правомерным изучение гендерных стереотипов и их отражения в языке.

Гендерные стереотипы отражаются в языке как в виде устойчивых сочетаний (Муж голова, а жена – шея; Men make houses, women homes; Woman are the devils nets), так и в виде общих представлений о мужчинах и женщинах (Мужчины рациональны, женщины эмоциональны; Мужчины думают головой, женщины – сердцем; Мужчины – это сила, женщины – это слабость).

Язык является основной общественно значимой (опосредованной мышлением) формой отражения окружающей человека действительности и самого себя, то есть формой хранения знаний о действительности (эпистемическая функция), а также средством получения нового знания о действительности (когнитивная функция). Эпистемическая функция связывает язык с действительностью (в единицах языка в виде гносеологических образов закрепляются элементы действительности, выделенные, отобранные и обработанные сознанием человека), а познавательная – с мыслительной деятельностью человека (в единицах языка

и их свойствах материализуются структура и динамика мысли), то есть языковые единицы приспособлены как для номинации элементов действительности (и далее – хранения знаний), так и для обеспечения потребностей мыслительного процесса<sup>29</sup>.

Язык – это не только отражение реальности, бытия, традиций и нововведений общественной жизни, он «диктует» определенные стереотипы, а также навязывает модели поведения и оценки действительности. Как отмечает Д. Спендер, «язык не нейтрален». «Это не просто транспортное средство, которое перевозит наши мысли. По своей сути – это устройство, их формирующее, это программа для умственной деятельности»<sup>30</sup>.

Изучение взаимосвязи языка и пола его носителей принято разделять на два периода, рубежом которых являются 60-е гг. XX в.

1. Биологический детерминизм – нерегулярные и не связанные со смежными науками исследования, основанные главным образом на наблюдении разрозненных фактов.

2. Собственно-гендерные исследования – широкомасштабные исследования, обусловленные ростом интереса к прагматическому аспекту языкознания, развитием социолингвистики и изменениями в традиционном распределении мужских и женских ролей в обществе.

А.В. Кирилина выделяет также третий, переходный этап между первым и вторым, продолжавшийся с начала до середины XX в. и послуживший подготовительной базой для современных гендерных исследований<sup>31</sup>.

Хотя гендер не является лингвистической категорией (исключением может быть социо- и в какой-то степени психолингвистика), анализ структур языка делает возможным получить информацию о том, какую роль играет гендер в той или иной культуре, какие поведенческие нормы для мужчин и женщин фиксируются в текстах разного типа, как меняется представление о

---

<sup>29</sup> Языкознание. Большой энциклопедический словарь. 2-е изд. М., 1998. С. 605.

<sup>30</sup> Спендер Д. Мужчина создал язык // Введение в гендерные исследования. Ч II: Хрестоматия / Под ред. С.В. Жеребкина. 2001. С. 776.

<sup>31</sup> Кирилина А.В. Освещение связи языка и пола в истории лингвистики // Теория и методология гендерных исследований: курс лекций / под общ. ред. О.А. Ворониной. М., 2001. С. 366.

гендерных нормах, мужественности и женственности во времени, какие стилевые особенности могут быть отнесены к преимущественно женским или преимущественно мужским, как осмысливается мужественность и женственность в разных языках и культурах, как гендерная принадлежность влияет на усвоение языка, с какими фрагментами и тематическими областями языковой картины мира она связана<sup>32</sup>.

Таким образом, язык, с одной стороны, является одним из главных ресурсов получения знания, а с другой – формой фиксации гендерной стереотипизации и ее изменений во времени, поскольку гендерные стереотипы, получая объективацию в повседневной речи, могут быть изучены на ее материале и описаны в терминах национального языка.

Существует мнение, что в языке фиксируется весь инвентарь гендерных стереотипов, однако частота употребления их в речи неодинакова. Анализ коммуникации делает возможным определение наиболее частотных стереотипов и установление особенностей их языковой объективации в зависимости от условий общения, вида дискурса. Особенно это касается систем коммуникации, направленных на коллективного адресата, в первую очередь – средств массовой информации. Анализ текстов, предназначенных для массового читателя, и текстов различных ситуаций общения позволяет установить, какие гендерные стереотипы существуют в данное время в картине мира носителя языка, и как они соотносятся с общепринятыми представлениями о роли мужчин и женщин в современном обществе.

На сегодняшний день по гендерной проблематике имеется большое количество научной литературы, как зарубежных исследователей, так и отечественных ученых. Среди авторов, которые занимаются проблемами гендера и гендерных стереотипов, известны Дж. Батлер, К. Гиллиган, Ю. Кристева, Дж. Митчелл, Б. Фридан, Н. Ходороу, К. Хорни, С. Айвазова, С.Н.

---

<sup>32</sup> Словарь гендерных терминов / Под ред. А.А. Денисовой / Региональная общественная организация «Восток-Запад: Женские Инновационные Проекты». М., 2002. С. 139.

Бурова, О. Воронина, И. Жеребкина, О. Здравомыслова, И. Кон, Н.В. Курилович, Н. Пушкарева, Г. Силласте, А. Темкина, Л.Г. Титаренко и др.

Первыми основополагающими работами в области гендерной проблематики в зарубежном языкознании можно считать исследования таких авторов, как Р. Лакофф «Язык и место женщины» (1975), Л. Пуш «Немецкий – язык мужчин» (1984), Д. Таннен «Гендер и Дискурс» (1996), Джоан Скотт «Гендер: полезная категория исторического анализа» (1986) и др.

В отечественной лингвистике важными этапами становления ее как науки стали работы М.Д. Городниковой «Гендер в коммуникативной интеракции» (2002), Е.А. Земской, М.А. Китайгородской, Н.Н. Розановой «Особенности мужской и женской речи» (1993), С.А. Ушакина «Поле пола» (1999), И.И. Халеевой «Гендер как интрига познания» (ред.) (1999), А.В. Кирилина «Гендер: лингвистические аспекты» (1999) и др.

В самом общем плане исследование гендера в языкознании А. Кирилина и Э. Томская связывают с решением двух групп проблем:

1. Язык и отражение в нем пола.

Цель такого подхода состоит в описании и объяснении того, как манифестируется в языке наличие людей разного пола (исследуются в первую очередь номинативная система, лексикон, синтаксис, категория рода и т. п.), какие оценки приписываются мужчинам и женщинам, и в каких семантических областях они наиболее заметно / отчетливо выражены.

2. Речевое и в целом коммуникативное поведение мужчин и женщин.

Здесь выделяются типичные стратегии и тактики, гендерно специфический выбор единиц лексикона, способы достижения успеха в коммуникации, предпочтения в выборе лексики, синтаксических конструкций и т. д. – т. е. специфика мужского и женского говорения<sup>33</sup>.

Именно вторая группа проблем включает в себя аспект, который оказался в фокусе данного исследования – отражение, языковая

---

<sup>33</sup> Кирилина А.В., Томская М.В. Лингвистические гендерные исследования URL: <http://www.stranaoz.ru/2005/2/lingvisticheskie-gendernye-issledovaniya> (дата обращения: 14.02.18).

объективация гендерных стереотипов в материалах Интернет-сайтов. Однако прежде, чем перейти непосредственно к рассмотрению заданной темы, необходимо кратко охарактеризовать некоторые результаты, уже полученные разными авторами в области коммуникативных исследований гендерной проблематики.

С момента появления Интернета социологи изучают его как особую, специфическую реальность. Интернет является как глобальным, так и национальным средством коммуникации, источником и распространителем новых идей, взглядов, интерпретаций и, несомненно, новой социальной средой, расширяющей наше понимание взаимодействий человека в информационном обществе.

Интернет – это новая область исследования гендерных отношений. В отличие от языка средств массовой информации, который уже не раз становился объектом рассмотрения в лингвистике, язык глобальной информационной сети только недавно начал привлекать внимание специалистов, как в отечественном, так и в зарубежном языкознании. Многообразие стилей и жанров, представленных во «всемирной паутине», вынуждает искать способы и методы его (языка) описания, предпринимать попытки сопоставить языковые средства создания сайтов, блогов, чатов и привести их в соответствие с традиционной классификацией функциональных разновидностей речи, выявить тенденции развития языка Интернет и определить границы его использования.

О том, что материалы Интернет являются эффективным средством выражения мировосприятия носителей разных языков, свидетельствуют работы многих авторов. Например, работы Л.Ф. Компанцевой «Гендерные основы Интернет-коммуникации в постсоветском пространстве» (2004), А.Н. Гайфуллиной «Гендерные стереотипы в электронной коммуникации» (2007), Т.А. Шиловой «Гендерные стереотипы в ресурсах сети интернет» (2004), «Гендер в интернет-коммуникации: динамика развития» (2013), Я.С. Сазанова «Гендерные особенности web-сайтов» (2012), Е.И. Горошко

«Особенности гендерной стереотипизации в интернете» (2009), Б. Аллен «Gender and computer-mediated communication» (1989), Л. Джексон «Gender and the internet: woman communicating and men searching» (2001) и другие.

Как мы видим, несмотря на тот факт, что исследования, связанные с изучением гендерных стереотипов в ресурсах сети интернет, появились сравнительно недавно, к настоящему времени данный вопрос пользуется большой популярностью, что можно увидеть по количеству публикаций, выполненных в русле гендерной лингвистики.

Рассмотрим более детально некоторые из перечисленных работ.

Работа Л.Ф. Компанцевой<sup>34</sup> представляет собой анализ гендерных основ русскоязычного Интернета с точки зрения дискурсивных практик. Она анализирует гендерную компоненту языковой виртуальной личности на материале ассоциативного тезауруса мужчин и женщин, составленного на основе данных сети. Один из основных выводов этой работы говорит о возникновении нового коммуникативного сообщества, где виртуальное общение будет основываться не на принципах конфронтации маскулинного и феминного типов дискурса, а на их толерантности и взаимодействии. На примере русскоязычных чатов Л.Ф. Компанцева показала, что именно женской коммуникации присущи эмпатия и скрытый комплимент, женщины и мужчины отрабатывают в Интернете модели поведения, которые им не свойственны, но были бы желательны в реальной жизни. Неуверенность в себе, неудовлетворенность собой, заниженная самооценка, желание вырваться из экзистенциального и социального вакуума – вот те причины, которые служат основой формирования нового Интернет-образа и Интернет-поведения»

Работа Т.А. Шиловой «Гендерные стереотипы в ресурсах сети интернет»<sup>35</sup> посвящена изучению гендерных стереотипов, получающих

---

<sup>34</sup> Компанцева Л.Ф. Гендерные основы Интернет-коммуникации в постсоветском пространстве: моногр. Луганск, 2004. 404 с.

<sup>35</sup> Шилова Т.А. Гендерные стереотипы в ресурсах сети интернет // Женщина в российском обществе. 2004. № 1-2. С. 34-42.

языковую объективацию в материалах всемирной сети. В результате анализа автор выявила гендерные стереотипы в обозначенных информационных ресурсах, определила степень их распространенности, сущностные характеристики и возможную направленность воздействия на потребителей. Изучение ресурсов сети Интернет показало, что гендерные стереотипы имеют место в сфере досуга. Здесь можно выделить «чисто женские занятия». Практически каждый сайт предлагает следующий набор ссылок, которые могут заинтересовать женщин, – это здоровье, отдых, дети, красота, кулинария, ювелирные изделия, интерьер, гороскопы, магазины, «мамам о детях», любовь, развлечения. Данные темы не маркируются как женские, но подразумеваются таковыми.

В статье А.Н. Гайфуллиной «Гендерные стереотипы в электронной коммуникации»<sup>36</sup> рассматривается специфика функционирования гендерных стереотипов в электронной коммуникации на материале форумов русскоязычного Интернета. В ходе исследования гендерных стереотипов на материале форумов русскоязычного Интернета, автор приходит к следующим выводам: в женских и в общих форумах женщине в первую очередь присуждается роль матери и жены. Некоторые женщины высоко оценивают собственную профессиональную деятельность и независимость. В языке форумов обнаруживается явное преобладание тем, посвященных личной и интимной жизни человека. Тематика труда, профессиональной деятельности, производственных успехов остается невостребованной. Для женщин оказываются важны такие стереотипные представления о своей гендерной группе как материнство, сексуальный объект, собственная высокая сексуальность, эстетизация женской внешности, грация по возрасту, цвету волос, внутренним качествам

---

<sup>36</sup> Гайфуллина А.Н. Гендерные стереотипы в электронной коммуникации // Вестник ТГГПУ. 2007. № 11. С. 34-38.

В работе Я.С. Сазанова «Гендерные особенности web-сайтов»<sup>37</sup> анализируются не только гендерно-специфичные черты сайтов, отраженные в их тематике, но и точки зрения пользователей Интернета на проблему взаимодействия полов. В ходе исследования было выявлено постоянное увеличение числа женщин среди пользователей глобальной сети: значительное время Интернет оставался исключительно мужской средой. По современным прогнозам многих зарубежных и отечественных исследователей, считает автор, существует тенденция превращения интернета в смешанную сферу. Можно заметить, что на типично «мужских» сайтах активно регистрируются женщины, они стали также проявлять интерес не только к автомобилям, но и к технике, программному обеспечению, играм, спорту и т. д. Примером может служить такой сайт, как <http://www.oavto.ru>, где представлена необходимая информация из области автоиндустрии. На сайте есть рубрика под названием «Женский уголок», где есть не только интересные советы по вождению, но и представлены исследования, касающиеся женщин за рулем. Более того, были обнаружены сайты и форумы, где главной темой является любовь к сигаретам. Курение долгое время считалось только мужским занятием, однако сегодня активными курильщиками являются и женщины. На сайтах информация посвящена не только продвижению сигарет, здесь существуют форумы, где женщины активно делятся опытом и своими историями о курении (сколько сигарет они выкуривают в день, с какого возраста начали курить и т. д.). Что касается таких тематик сайтов, как кино, книги, образование, работа, бизнес, музыка (за исключением некоторых направлений), кулинария, здесь можно обнаружить, что оба пола имеют примерные соотношения. Все эти тенденции говорят о некоторой «унификации» интернет-пространства. То, что раньше принадлежало одному из полов, становится общедоступным для другого.

---

<sup>37</sup> Сазанов Я.С. Гендерные особенности Web-сайтов // Вестник Мордовского ун-та. 2011. № 3. С. 131-134.

В статье Л. Джексон «Gender and the internet: woman communicating and men searching»<sup>38</sup> рассмотрены гендерные различия в использовании Интернета мужчинами и женщинами, а также факторы, обуславливающие эти различия. Для проведения Интернет опроса, который содержал вопросы об использовании электронной почты и Интернета, было отобрано 630 англо-американских студентов. Основываясь на основной модели использования интернета, автор доказывает, что женщины пользуются электронной почтой больше, чем мужчины, в то время как представители мужского пола используют Интернет чаще, чем представительницы женского пола. В результате анализа гендерных различий в использовании Интернета было выявлено, что, несмотря на то, что компьютерная самооэффективность, одиночество и депрессия частично объясняют гендерные различия, тем не менее, биологический пол продолжает оказывать непосредственное влияние на использование Интернета

Выводы по первой главе.

1. Взаимодействие между людьми строится на общепризнанных в соответствующей культуре образцах, не может не протекать вне закономерностей социального восприятия. Одним из проявлений социальной перцепции и одновременно ее результатом являются *стереотипы* как убеждение и «привычное знание» людей относительно качеств и черт характера других индивидов, а также событий, явлений, вещей.

2. Понятие *гендер* – это особый набор моделей поведения и конкретных культурных черт женщин и мужчин. Данный термин означает нечто большее, чем биологическая сущность индивида. Гендер как феномен является, прежде всего, частью социальных отношений, одним из важнейших элементов общественного устройства.

3. Гендерные стереотипы являются частным случаем стереотипа и обнаруживают все его свойства. Понятие *гендерные стереотипы* включает,

---

<sup>38</sup> Linda A.J. Gender and the internet women communicating and men searching // Sex roles. 2001. № 44. P. 363-379.

во-первых, качества и характеристики, с помощью которых обычно описываются мужчины и женщины. В гендерных стереотипах содержатся нормативные образцы поведения, традиционно приписываемые лицам мужского или женского пола. В них отражены обобщенные мнения, суждения, представления людей о том, чем же отличаются друг от друга мужчины и женщины. Гендерные стереотипы зависят от культурного контекста и той среды, в которой они находят свое применение.

4. Роль гендерных стереотипов в Интернете значительна, поскольку они не только отражают половые различия, но и закрепляют традиционные роли индивидов и указывают место мужчины и женщины в обществе. Интернет оказывает наиболее значительное влияние на формирование гендерных ролей и стереотипов в современном обществе, потому что именно он имеет наибольшую сферу влияния, он «вхож в каждый дом», особенно в дом молодых людей, которые сильно подвержены влиянию общественного мнения, мнения окружающих, и еще не имеют собственных устоявшихся гендерных представлений. В Интернете всегда присутствуют социальные и, как их разновидность, гендерные стереотипы, которые постоянно формируют образы мужчины и женщины у большинства потребителей информации.

5. В условиях Интернет коммуникации возрастает возможность глобального обмена информацией, заимствования ментефактов, слияния традиций культуры речи и формирования нового языкового сознания, неотъемлемой частью которого являются гендерные стереотипы.

Все сказанное выше побудило провести исследование особенностей объективации гендерных стереотипов в материалах Интернет-сайтов. Анализу гендерного стереотипа «woman» будет посвящена вторая глава данного исследования.

## 2 ГЕНДЕРНЫЙ СТЕРЕОТИП «WOMAN» В МАТЕРИАЛАХ АМЕРИКАНСКИХ САЙТОВ ИНТЕРНЕТ

Мужчина и женщина – исторически изменчивые концепты. Культурная репрезентация пола создается при помощи тех или иных сторон этих концептов. При этом далеко не последнюю роль в актуализации гендерных стереотипов играет электронная коммуникация, или компьютерная коммуникация, как ее называют многие ученые. Под коммуникацией в общем виде понимается «акт общения, связь между двумя и более индивидами, основанные на взаимопонимании; сообщение информации одним лицом другому или ряду лиц», а также «процессы передачи информации»<sup>39</sup>.

Цели коммуникации социальные и находятся под воздействием общества. Электронная коммуникация, как известно, это разновидность массовой коммуникации, процесс которой происходит при помощи компьютера. Считается, что изобретение Интернета и появление особой виртуальной среды может быть сопоставимо с возникновением письменности или изобретением печатного станка И. Гуттенбергом<sup>40</sup>.

Всемирная информационная компьютерная сеть, возникшая сначала для информационных целей, в связи с глобализацией и увеличением числа пользователей приобрела в настоящее время выраженные личностные характеристики. В этой связи особый интерес для исследователей сегодня представляет изучение влияния гендерного фактора на электронную коммуникацию, поскольку гендерная составляющая является достаточно значимой в структуре любой языковой личности<sup>41</sup>.

Важно уточнить, что Интернет-ресурсы обычно направлены не на конкретные личности, а на аудитории. При этом принято различать

---

<sup>39</sup> Кирилина А.В. Гендерные аспекты массовой коммуникации // Гендер как интрига познания. М., 2000. С. 14.

<sup>40</sup> Леонтович О.А. Компьютерный дискурс: языковая личность в виртуальном мире // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград, 2000. С. 196.

<sup>41</sup> Горошко Е.И. Гендерные особенности русскоязычного Интернета. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=22> (дата обращения: 30.11.17).

потенциальную аудиторию по таким параметрам, как социальный статус, возраст, образование, интересы. Направленность информации Интернет-ресурсов на определенный сегмент массовой аудитории влияет на их язык и стиль. Люди, как правило, игнорируют информацию, не относящуюся к ним лично. Выбор целевой аудитории и адресата, для которого предназначена информация, позволяет привлечь внимание к веб-сайтам, так как способ построения и тематика Интернет-ресурсов должны соответствовать интересам адресата<sup>42</sup>.

Таким образом, одной из основных характеристик, определяющих язык Интернет-ресурсов, является гендерный аспект. Гендерные стереотипы играют большую роль в Интернет-коммуникации, поскольку они отражают половые различия, закрепляют традиционные роли индивидов и указывают место мужчины и женщины в обществе. Следовательно, в Интернете всегда присутствуют социальные и, как их разновидность, гендерные стереотипы, которые формируют образы мужчины и женщины у большинства потребителей информации. Поэтому в данной главе объектом изучения стали гендерные стереотипы, объективированные в Интернет-дискурсе американских сайтов, которые, ориентированы на женскую аудиторию. Именно на сайтах для женщин слово «woman» является ключевым и частотным, что было выявлено в ходе анализа практического материала. Данным фактом обусловлено обращение к этим сайтам как источникам информации о стереотипе «женщина» в американской лингвокультуре.

В данной работе были проанализированы 100 лучших, по мнению журналистов издания «Forbes», американских «женских» сайтов с опорой на метод поиска по ключевым словам с целью выявления релевантных для исследования стереотипа «woman» материалов. В ходе анализа тематической направленности сайтов было выявлено следующее: 24 % – сайты для «женщин-матерей», 36 % – женские сайты обо всем, 40 % – сайты для

---

<sup>42</sup> Ожгихина Е.С. Концептуальный анализ рекламного текста с позиции гендера. М., 2006. С. 89.

«деловых женщин» (Полный список сайтов представлен в ПРИЛОЖЕНИИ А).

С древних времен считалось, что женщина – хранительница очага, работа которой заключается в стирке, уборке, готовке и воспитании детей. Однако нельзя не отметить, что треть сайтов, которые признаны лучшими, ориентируют женщин на работу и достижение успеха. Социальная роль женщины за последние десятилетия претерпела радикальные изменения, возникли основания и для изменения стереотипных мнений о ней. Поэтому в данном исследовании была предпринята попытка описать стереотип современной американской женщины и определить его отличительные черты.

Для проведения сравнительного анализа методом сплошной выборки были использованы сайты <https://www.dailyworth.com>, который ориентирован на деловых женщин и <http://www.modernmom.com>, ориентированный на женщин-матерей.

Сайты были проанализированы с точки зрения тематического наполнения, цветового и шрифтового оформления, используемых изображений, фотографий, иллюстраций, содержания статей, объективирующих в вербальной и невербальной формах стереотип «woman».

Анализ невербальной информации, как фон, на котором воспроизводятся в имплицитной и эксплицитной форме суждения о женщине, проводился с учетом цветового и шрифтового оформления сайтов. Были обнаружены различия в шрифтовом оформлении, однако размеры шрифтов, используемых на обоих сайтах, одинаковы. Также были выявлены различия в оформлении отдельных разделов и используемых изображений на сайтах.

Стоит отметить, в связи со сказанным, что выяснению цветовых предпочтений женщин посвящено не одно научное исследование. Каждый тон и даже оттенок имеет свое значение и вызывает у людей определенные ассоциации. Так, например, британские исследователи Аня Хальберт и Йежу

Линг из университета Ньюкасла в ходе эксперимента выяснили, что любимый цвет большинства женщин – красный, розовый и фиолетовый. По их мнению, умение женщин четко разграничивать оттенки красного помогало им различать съедобные и ядовитые плоды. Кроме того, оно позволяло быстро заметить покраснение лица другого человека и понять, чем оно вызвано – обидой, злостью, смущением или стыдом<sup>43</sup>.

В другом исследовании ученые из британского университета Гламоргана пришли к выводу, что в своей массе мужчинам и женщинам нравятся совершенно разные оформления веб-сайтов. Представительницы прекрасного пола больше тяготеют к округлым формам, буйству красок и «легкомысленному» фону<sup>44</sup>. Результаты этих экспериментов нашли отражение и в данном исследовании и будут описаны ниже.

## 2.1 Цветовое и шрифтовое оформление сайтов

Итак, материалом исследования послужили два web-сайта: <https://www.dailyworth.com> и <http://www.modernmom.com>. При рассмотрении оформления рубрик сайтов было выявлено, что на сайте <https://www.dailyworth.com> темы объединены в глобальные разделы, что способствует компактности и структурированности представленного материала. На сайте <http://www.modernmom.com> прослеживается иная ситуация: рубрики представлены в развернутом виде.

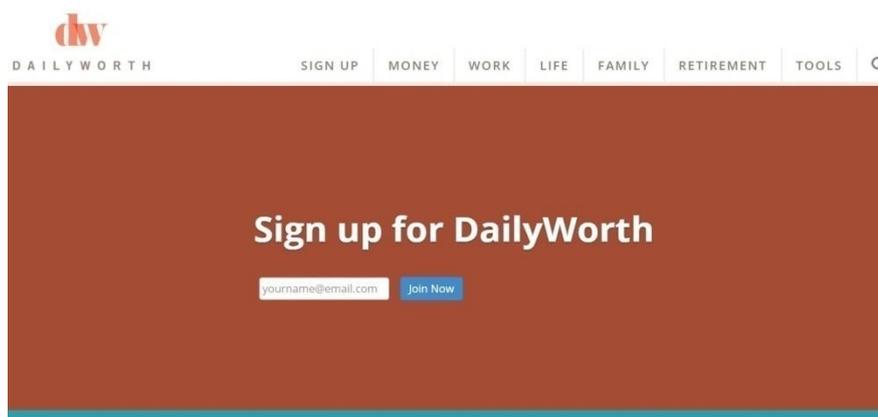


Рисунок 1 – Оформление сайта <https://www.dailyworth.com>.

<sup>43</sup> Hulbert A.C., Ling Y. Biological component of sex differences in color preference // Current biology. 2007. Vol. 17. № 16. P. 623-625.

<sup>44</sup> Исследование британских ученых web-сайтов: гендерные особенности оформления URL: <http://www.rus.delfi.lv/news/technology/internet/article.php?id=1946177>.

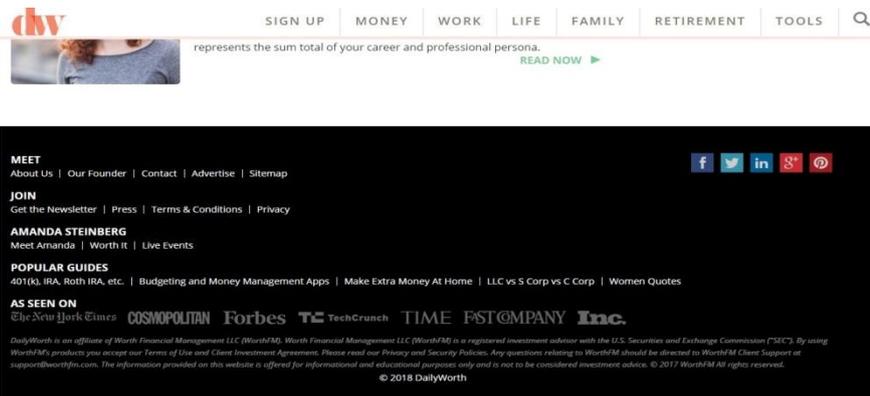


Рисунок 2 – Оформление сайта <https://www.dailyworth.com>.

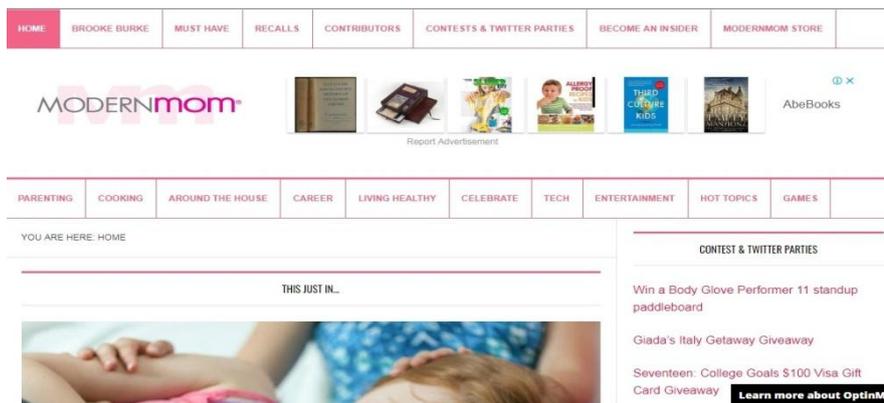


Рисунок 3 – Оформление сайта <http://www.modernmom.com>.

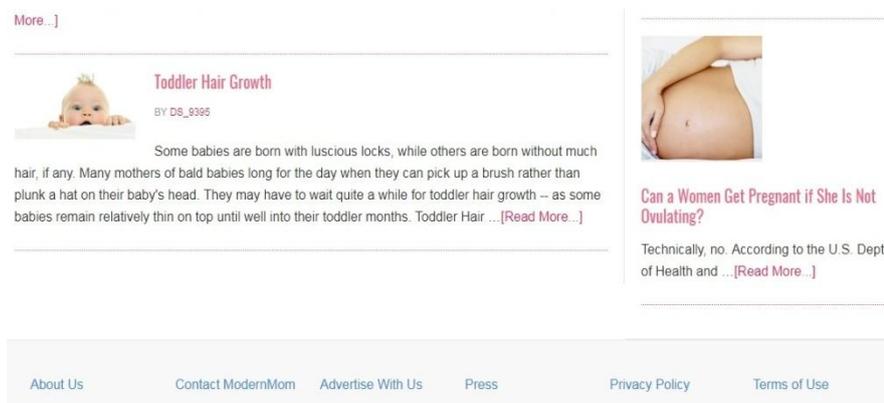


Рисунок 4 – Оформление сайта <http://www.modernmom.com>.

Цветовая гамма web-сайта <https://www.dailyworth.com> включает в себя бирюзовый, оранжевый, черный и белый цвета. Цветовая гамма сайта <http://www.modernmom.com> содержит такие цвета, как серый, розовый, голубой и белый. В ходе анализа было установлено, что белый цвет используется в равной степени при оформлении как сайта для деловых женщин, так и для женщин-матерей.

Использование «легкомысленного» розового цвета в оформлении сайта <http://www.modernmom.com> подтверждает распространенные на уровне обыденного сознания стереотипные представления о розовом как предпочтительном цвете женщин. Кроме того, шрифтовое оформление имеет округлую форму, что также подтверждает мнение о том, что это привлекает женщин.



Рисунок 5 – Изображения на сайте <https://www.dailyworth.com>



Рисунок 6 – Изображения на сайте <http://www.modernmom.com>.

Помимо всего прочего, для рассмотрения невербальной информации было уделено внимание анализу используемых изображений на сайтах. Стоит отметить, что на основной странице сайта <http://www.modernmom.com> на каждом втором изображении присутствуют дети, семьи или беременные женщины. На сайте <https://www.dailyworth.com> прослеживается иная ситуация: на большинстве фотографий изображены работающие женщины в деловом костюме или молодые пары. Отсюда можно сделать вывод о том, на

чем фокусируют свое внимание женщины: деловые женщины – на работе и личных отношениях, а женщины-матери – на детях и семье.

## **2.2 Тематическое оформление сайтов**

При рассмотрении вербальной информации основное внимание было уделено анализу тематической дифференциации сайтов.

В обществе сферы и области жизнедеятельности являются гендерно маркированными. Так, психология, семья, воспитание, косметика, кулинария, мода и шопинг считаются «женскими» сферами. Существуют также и гендерно нейтральные сферы, такие как искусство, образование, отношения, отдых, книги, кино, дизайн и др. Подобное маркирование характерно и для Интернет-сайтов, в том числе – тех, которые оказались в фокусе данного исследования.

Изучив тематические рубрики данных сайтов, было выявлено, что на сайте <https://www.dailyworth.com> первое место среди интересов женщин занимает тема «money», второе – «work», затем жизнь в целом, и лишь четвертое место занимает тема «family». На сайте <http://www.modernmom.com> прослеживается абсолютно противоположная сторона, на первом месте – тема «parenting», затем – «cooking», на третьем месте – «house», и только на четвертом плане находится тема «career». Отсюда – полярные приоритеты у «деловой женщины» и у «женщины-матери», где у первых все же главной ценностью являются деньги и работа, а у вторых – семья и дети.

Рассматриваемые сайты содержат рубрики различной тематической направленности. Так, сайт <https://www.dailyworth.com> содержит в себе следующие тематические блоки: «money», «work», «education», «health», «travel», «life», «family», «retirement», «tools» и др. Темы «family» и «kids» можно отнести к гендерно маркированным, а «money», «work», «education», «health», «travel», «life», «relationships», «retirement», «tools» – к гендерно нейтральным.

В свою очередь, web-сайт <http://www.modernmom.com> подразделяется на такие тематические блоки, как «parenting», «kids», «pregnancy», «cooking», «home», «travel», «education», «money», «career», «health & fitness», «relationships», «beauty», «celebrate», «tech», «entertainment» и др. Где темы «kids», «pregnancy», «cooking», «beauty», «health & fitness», «home» и «tech» являются гендерно маркированными, а «travel», «education», «money», «entertainment», «career», «celebrate», «relationships» являются гендерно нейтральными (Таблицы, в которых отображены темы, представлены в ПРИЛОЖЕНИИ Б).

Среди перечисленных тем можно выделить схожие, которые присутствуют на двух сайтах, и специфические – с учетом стереотипных представлений о женщине, используемые только на одном из сайтов. Такие темы, как «entertainment», «beauty», «love», «cooking», «pregnancy», «tech» раскрываются только на сайте для женщин-матерей. А темы, связанные с ведением бизнеса, переговорами, финансами, выходом на пенсию и свадьбой входят в сферу интересов деловых женщин.

В ходе анализа сайтов <https://www.dailyworth.com> и <http://www.modernmom.com>, наряду с темами, отражающими стереотипные, традиционные представления о женщине, были выделены такие, которые присутствуют на двух сайтах, а именно: «career», «money», «kids», «health», «travel». Это свидетельствует об одинаковой направленности интересов всех женщин в этих сферах. Иными словами, темы о детях, здоровье, работе, путешествиях и уходе за собой входят в сферу интересов как тех женщин, кто ориентирован на карьеру, так и тех, для кого на первом месте находится семья. Рассмотрим подробнее каждую из рубрик.

### **2.1.1 Рубрика «Career» на сайтах**

В некоторых случаях разделы, освещающие похожие темы на сайтах <http://www.modernmom.com> и <https://www.dailyworth.com>, имеют разные названия или различное членение. Так, тема, касающаяся работы, объективируется на двух сайтах разными языковыми единицами: «work» – на

сайте <https://www.dailyworth.com>, «career» – на сайте <http://www.modernmom.com>.

Используемые номинативные единицы объективируют разные концепты. Где слово «career», которое присутствует в качестве названия на сайте для женщин-матерей, означает «An occupation undertaken for a significant period of a person's life and with opportunities for progress»<sup>45</sup>. В то время как слово «work» означает «Activity involving mental or physical effort done in order to achieve a purpose or result»<sup>46</sup>. Данные слова являются близкородственными, однако слово «work» имеет более широкое значение и может относиться к любому виду работы, приносящему заработок. Эта работа может быть связана и с занятием определенной должности, и может представлять собой временное поручение. Данная работа может требовать профессиональных знаний, а может и нет. В то время как слово «career» означает – «карьера, достижение, успех». Мы говорим о карьере, когда человек продвигается по служебной лестнице.

В результате анализа статей, касающихся темы работа, был также сделан вывод о том, что понятие «career» неразрывно связано с концептом «success». В английском языке слово «success» предполагает постепенное, размеренное движение к цели. Для подтверждения полученных результатов был проведен анализ 50 заголовков статей сайтов для женщин (по 25 заголовков на каждом из двух Интернет-ресурсов). Важно отметить, что слово «success» употребляется в окружении следующих слов: «way», «steps», «strategy», «skill», «road», «workplace». Например: «Success in the **workplace**», «7 **strategies** to work successfully from home», «7 **ways** to rebrand yourself for success», «4 **ways** being open can bring you success», «**Steps** to savings success», «Soft **skills** you need for a successful career», «There are easy **steps** you can take to get on the **road** to financial independence and success». Таким образом, успех

---

<sup>45</sup> Oxford dictionary of English. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/career> (дата обращения: 10.12.17).

<sup>46</sup> Oxford dictionary of English. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/work> (дата обращения: 10.12.17).

воспринимается женщинами – носителями американской культуры как сложный феномен, достижение которого является поступательным процессом, который не может быть случайным. В понятии «карьера» женщинами выделяются следующие конститuentы: самоутверждение, самореализация, а также рост профессионализма.

Для того, чтобы понять какой сфере деятельности отдает предпочтение современная женщина было проанализировано 30 названий заголовков на сайте <https://www.dailyworth.com> и 30 названий заголовков на сайте <http://www.modernmom.com>. Было выявлено, что из всего многообразия профессий наиболее привлекательными, как показывает материал нашей выборки, являются сфера бизнеса и предпринимательства, что продиктовано, с одной стороны, временем и происходящими в стране и мире событиями, а также возможностью быть независимой, с другой: «How to start a small **business**», «Mom entrepreneurs on building a **business** and raising a family», «8 women who turned their passions into a small **business**» и др., а также удаленная работа в сети Интернет: «A no-frills guide to starting your **freelance career**», «I Make 6000 \$ a month **freelancing**», «Earn more **freelancing**» и др. (Полный список названий заголовков представлен в ПРИЛОЖЕНИИ В). В каком-то смысле можно сказать, что именно работающие женщины с маленькими детьми способствовали нынешнему бурному развитию таких трендов в сфере занятости, как фриланс, удаленная работа, популярность хэнд-мэйда и пр.

### 2.1.2 Рубрика «Family» / «Parenting»

В ходе анализа сайтов <http://www.modernmom.com> и <https://www.dailyworth.com> также было выявлено, что тема, касающаяся семьи, объективируется на двух сайтах разными языковыми единицами: «family» – на сайте <https://www.dailyworth.com>, «parenting» – на сайте <http://www.modernmom.com>.

Используемые номинативные единицы также как и в случае с темой работы и карьерного роста объективируют разные концепты. Где слово «parenting», которое присутствует в качестве названия на сайте

<http://www.modernmom.com> для женщин-матерей, подразумевает наличие статуса родителя у женщины и умения воспитывать и заботиться о детях («the raising of children and all the responsibilities and activities that are involved in it»)<sup>47</sup>: «**Tips for raising your son** into a kind, compassionate man», «**Learning games for preschool kids**», «**How to help kids brush their teeth**» и др. А слово «family» на сайте <https://www.dailyworth.com>, означает группу людей, связанных брачными или (и) кровно-родственными узами («a group of people who are related to each other by blood, or by marriage, such as a mother, a father, and their children»)<sup>48</sup>: «My **husband** knew nothing about our finance», «How combining finances actually made my **marriage** better», «How to stay solvent in a **single income household**» и др. (См. ПРИЛОЖЕНИЕ В).

Таким образом, на сайте <http://www.modernmom.com> рубрика «parenting» подразумевает заботу и воспитание детей. Данный блок в свою очередь подразделяется на следующие сегменты: «Pregnancy», «Baby», «Kids», «Tweens and Teens». Подобное членение означает то, что забота и воспитание детей на разных возрастных этапах их жизни будет различаться. Тогда как блок «family» на сайте <https://www.dailyworth.com> для деловых женщин раскрывает более общие темы, которые касаются не только детей, но и всех членов семьи. Данная тема подразделяется на такие сегменты, как: «Marriage», «Kids», «Relationships», «Eldercare». Таким образом, можно говорить о том, что стереотип «Women are responsible for raising children» является правдивым. То есть, женщины должны воспитывать детей, поскольку данная тема входит в сферу интересов как деловых женщин, так и женщин-матерей.

### 2.1.3 Рубрика «Health» / «Health & Fitness»

Еще одной общей темой для двух сайтов является сфера, связанная со здоровьем. Данная тема не вынесена ни на одном, ни на другом сайте в

---

<sup>47</sup> Oxford dictionary of English. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/parenting> (дата обращения: 12.02.18).

<sup>48</sup> Oxford dictionary of English. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/family> (дата обращения: 12.02.18).

отдельный тематический блок. На сайте для женщин-матерей <http://www.modernmom.com> сфера, связанная со здоровьем, раскрывается в рубрике «Health & Fitness», а на сайте для деловых женщин <https://www.dailyworth.com>, – «Health».

Для того, чтобы определить специфику данных рубрик, нами было проанализировано 60 статей (по 30 заголовков на каждом из двух Интернет-ресурсов).

Анализ заголовков статей показал, что на сайте <https://www.dailyworth.com>, ориентированном на деловых женщин, тема здоровья так или иначе неразрывно связана с финансовой составляющей. Об этом свидетельствует ряд заголовков статей: «How to get out of medical **debt**», «How to deal with **money** anxiety disorder», «9 ways to save **money** while eating healthy». Тема здоровья на сайте для деловых женщин связана также с питанием: «The truth behind the **unhealthy foods** in your work environment», «9 ways to save money while **eating healthy**». Современная деловая женщина предпочитает страховать свою жизнь и здоровье: «The most common life **insurance** mistakes», «Health **insurance** and the cost of being healthy». К тому же, был выявлен ряд статей, которые посвящены преодолению стресса на рабочем месте как неотъемлемом условии сохранения здоровья: «7 ways to **reduce stress** at work», «Habits that cause **stress** and how to avoid them», «4 ways to **beat job stress** and prolong your career».

На сайте <http://www.modernmom.com>, помимо общей информации, раскрывается этиология заболеваний и способы их лечения: «How to alternate Tylenol and motrin for a **fever**», «**Influenza** prevention», «Post pregnancy **headaches**». Данная тема неразрывно связана с физической активностью и правильным питанием, что находит неизменное отражение в заголовках статей: «Brooke Burke`s **favorite recipes**», «Why is **yogurt** good for women?», «Advantages of **organic food**», «**Fitness tips, recipes and eating plan**». Тема здоровья, в частности похудения, является тоже популярной среди женщин-матерей: «**Effective body exercises** you can do at home», «5 **quick and easy**

**exercises** at home for a total body workout», «5 metabolism boosting foods to add to your **diet**». (Полный список названий заголовков представлен в ПРИЛОЖЕНИИ В). Это, с одной стороны, подтверждает бытующий стереотип о том, что женщина должна заботиться о своем внешнем виде и привлекать внимание противоположного пола: «Women are supposed to look pretty and be looked at» и, в то же время, противоречит стереотипу «Women don't play sports», – что женщины не занимаются спортом.

Также было выявлено, что в названиях заголовков в рубрике «Health» слово «ребенок» (kid / child) употреблялось пять раз: «Vomiting in **children** with fever», «When to call a doctor, if my **child** is wheezing», «How to do yoga with your **kids**» и др., в то время как на сайте для деловых женщин оно не употреблялось совсем.

Итак, в связи с тем, что на сайте <https://www.dailyworth.com> ключевыми словами, которые используются в названиях заголовков, являются такие лексические единицы как «money», «finance», «invest», «wealth», можно сделать вывод о том, что «бизнес-леди» руководствуется, прежде всего, своими финансовыми интересами в вопросах, связанных со здоровьем: «**Invest** in your health», «How getting sick affects your **finances**», «How your health affects your long-term **wealth**», getting sick affects your **finances**». В то время как сайт <http://www.modernmom.com> «демонстрирует» то, что женщины-матери заботятся не только о своем здоровье, но и о здоровье своего ребенка: «Vomiting in **children** with fever», «Dandruff remedies for **kids**», «Help promote a healthy body image for your **kids**». Иными словами, женщины-матери больше, чем деловые женщины нацелены на семью, домашний очаг и детей. Включение темы, связанной с едой, на двух сайтах в рубрику, раскрывающую сферу спорта и здорового образа жизни, свидетельствует о том, что в сознании женщин данные тематические блоки тесно связаны.

#### 2.1.4 Рубрика «Money»

Еще одна из общих тем на двух сайтах – это тема, связанная с деньгами. На сайте для деловых женщин эта тема раскрывается в рубрике «Money» и подразделяется на следующие подтемы: «Savings», «Investing», «Credit & Debt», «Taxes», «Insurance», «Real estate». На сайте для женщин-матерей сфера, связанная с деньгами, не выделяется в отдельный блок. В свою очередь, он не подразделяется ни на какие подтемы. Следовательно, информация, представленная в рубрике «Money» на сайте для деловых женщин, более объемна по сравнению с аналогичной рубрикой на сайте для женщин-матерей.

Проанализировав членение рассмотренных тем на подразделы, а также содержание статей, можно сделать вывод о том, что деловые женщины придают теме денег большее значение, чем женщины-матери, так как рассмотрение темы финансов на сайте происходит более детально.

#### 2.1.5 Рубрика «Travel»

И наконец, последней общей темой для двух сайтов является тема, связанная с отдыхом и путешествиями. Для того, чтобы определить специфику данных разделов, нами было проанализировано 60 статей (30 заголовков на каждом из двух Интернет-ресурсов).

На сайте <https://www.modernmom.com> 18 из 30 рассмотренных названий заголовков раскрывают тему путешествия с семьей: «Helpful hints for **travelling** with a **toddler**», «11 tips for travelling with **kids**», «Tips for road trips with kids» и др, ряд статей посвящен советам о том, как собрать сумку в путешествие: «10 **packing hacks** for your **family** spring break vacation», «List for **packing idea** per bag», как сэкономить: «Going on vacation? Here`s how to **save big** on food!», путешествие во время беременности: «**Pregnancy** tips for summer travel», «Travel tips at 34 weeks **pregnant**», «Air travel when **pregnant**», «First trimester **pregnancy** & air travel tips». Остальные раскрывают тему путешествий в целом: «5 Moms need **vacation** too», «Last minute holiday **travel trip**» и др.

На сайте [www.dailyworth.com](http://www.dailyworth.com) из 30 рассмотренных статей 9 названий заголовков «рассказывают» о том, как сэкономить на путешествии: «One trick to make your next flight better – and **cheaper**», «8 travel apps that will **save you money**», «Time your travel to **save big bucks**» и др., ряд заголовков статей посвящены советам о доступном отдыхе: «Sites to find **affordable travel deals**», «5 **budget vacation ideas** for your next trip», «Tips for budget travel» и др., полезным советам хорошего отдыха: «Make airport **travel easier**», How to get the most **comfortable airline seat**», «Two sites to **make any trip better**», остальные раскрывают тему путешествий в целом: «Spending your holiday budget on a vacation instead of gifts», «Travel in style», «Last minute deals on trips» и др. (См. ПРИЛОЖЕНИЕ В).

Итак, на сайте <https://www.dailyworth.com> не было обнаружено ни одной статьи, раскрывающей тему путешествия с детьми, таким образом, следует вывод, что деловая женщина предпочитает отдыхать без них, даже если у нее есть дети. В свою очередь, на сайте <https://www.modernmom.com>, наоборот, большинство заголовков посвящено рекомендациям для женщин в плане семейного отдыха: «Helpful **hints** for **travelling with a toddler**», «11 **tips** for **travelling with kids**». Отсюда можно сделать вывод о том, что идеальное путешествие и отдых для женщины-матери – это отдых со всей семьей. Кроме того, наличие заголовков, которые «рассказывают» о том, как сэкономить на путешествии, говорят о том, что деловые женщины очень рациональны и умеют считать деньги: «**Saving money** with off-season travel», «How to **save on** a rental car, 6 **tips for spending** lesson skiing».

### 2.3 Стереотип «woman» в заголовках статей

Проанализировав заголовки статей на главных страницах обоих сайтов, нами также была предпринята попытка выявить основные темы, которые представляют наибольший интерес для женщин. В связи с регулярным обновлением статей на главных страницах сайтов, целесообразным было проводить анализ в разные периоды времени.

Так, 03.02.2018 на сайте <https://www.dailyworth.com> было выявлено 12 заголовков статей, которые раскрывают тему «money»: «How good are you with **money**?», «6 important **money** strategies for single-income couples», «The best **budgeting apps** and spending trackers for iOS and Android» и др., 7 – «career»: «5 soft skills you need to perfect before **negotiating**», «How taking a year-long vacation can boost your **career**», «Returning to **work** after maternity leave» и др., 2 – «family»: «How our **family** emphasizes giving, not getting, during the holidays», «How to protect your **kids** from identity theft» и 1 – «health»: «What **health** exchanges mean for you».

11.02.2018 в ходе проведения анализа сайта <https://www.dailyworth.com> было выявлено 9 новых статей, 5 из которых раскрывают тему «money»: «The **financial lessons** we`re thankful for», «Should you use **credit card** balance transfers?» и др., 4 – «career»: «What is really like to **work** full-time and be a mom», «15 tips for **building** an online **personal brand**» и др. Новых статей, раскрывающих темы «family» и «health», на главной странице сайта <https://www.dailyworth.com> обнаружено не было.

17.02.2018 в ходе проведения анализа сайта <https://www.dailyworth.com> была выявлена лишь одна новая статья – на тему «money»: «What **bitcoin** reminds us about investing basics». Статей, раскрывающих темы «family» и «health», обнаружено не было.

Таким образом, наблюдается регулярное обновление содержания на сайте таких тем, как «money» и «career»: «5 tax things to do for your **business**», «How good are you with **money**». Отсюда можно сделать вывод, что данные темы представляют наибольший интерес для деловых женщин, остальное является второстепенным. Они стремятся сократить расходы и сохранить свой бюджет: «7 ways to **save money** during the holidays», «The best **budgeting apps** and spending trackers for iOS and Android». Рождение ребенка и вступление в брак не являются исключением в жизни деловой женщины, о чем свидетельствует наличие на сайте заголовков, освещающих тему «family».

На сайте <http://www.modernmom.com> было выявлено 9 заголовков статей, раскрывающих тему «parenting»: «Moms helping **kids** pursue their dreams», «Step **child** to stepmom: How to do it better», «Signs that your **toddler** has been touched inappropriately» и др., 7 – «pregnancy»: «Trouble breathing while **pregnant**», «Painful intercourse during **pregnancy**» и др., 4 – «cooking»: «Do you have to refrigerate **glazed donuts**?», «**Cooking** with young children» и др., «relationships» – 1: «How to know if a married man hides his feelings for you».

11.02.2018 в ходе анализа сайта <http://www.modernmom.com>, было выявлено 16 новых статей, 6 из которых раскрывают тему «parenting»: «How to stop **child** bedwetting», «10 tips to help **kids** with autism cope with divorce» и др., 4 – «pregnancy»: «How many calories a day are needed at 11 weeks **pregnant**», «Tight clothes during **pregnancy**» и др., 1 – «health»: «Is it safe to color your hair while **breastfeeding**?», 3 – «cooking»: «How to make a **candy necklace**», «What can I substitute for **butter** when making frosting», «**How to cook London broil** in an electric pressure cooker», 2 – «beauty and fashion»: «How to **fade hair color** quickly beauty», «How to **take wrinkles out** of polyester with steam».

17.02.2018 в ходе анализа сайта <http://www.modernmom.com> было также выявлено 16 новых статей, 5 из которых раскрывают тему «pregnancy»: «Diet during **pregnancy**», «The stages of labor during **pregnancy**» и др., 5 – «parenting»: «Killing off **supermom**», «Advantages and disadvantages for children in a single **parent family**» и др., 3 – «cooking»: «How long can you refrigerate **fresh lemon juice**», «**Black bean and corn veggie burgers**», 2 – «home»: «**Home 10 tips** to manage your household budget», «**Tricks to get pen strains** out of lights clothes», «health» – 1: «10 things to not touch if you want to **avoid the flu**». (Полный перечень заголовков статей с главной страницы сайтов, представлен в ПРИЛОЖЕНИИ Г).

«Женщина-мама» переживает о своем чаде еще до того, как он родился, о чем свидетельствует ряд статей, посвященных теме «pregnancy»:

«How many calories a day are need ad at 11 weeks **pregnant**», «Painful intercourse during **pregnancy**». Также было обнаружено, что большинство женщин переживают по поводу болезни своего ребенка: «What to feed a **toddler** with the flu», «Vomiting in **children**». Регулярное обновление на сайте кулинарных рецептов – «**How to make a candy necklace**», «**What can I substitute for butter** when making frosting», «**How to cook** London broil in an electric pressure cooker» – свидетельствует о том, что данной теме женщины-матери придают большое значение, что является подтверждением стереотипного представления о том, что «Место женщины – на кухне» («Women are supposed to cook and do housework»).

Для того, чтобы подтвердить сделанный ранее вывод о том, какие ценности являются главными в жизни «женщины-матери» и «деловой женщины», представилось необходимым провести анализ заголовков статей с опорой на метод поиска по ключевым словам. Общее количество проанализированных заголовков статей в ходе исследования – 430. В результате проведенного исследования были получены следующие результаты: на сайте <http://www.modernmom.com>, ориентированном на женщин-матерей, слова «kids» / «child» / «family» встретились 85 раз, «career» / «work» – 25, «money» / «finance» – 17. На сайте <https://www.dailyworth.com>, ориентированном на деловых женщин, слова «money» / «finance» встретились 58 раз, «career» / «work» / «business» – 44, «kids» / «child» / «family» – 20.

Полученные результаты позволяют сделать следующий вывод. Для современной «женщины-матери» неизменным остается то, что семья и воспитание ребенка являются абсолютным приоритетом в ее жизни, а для «деловой женщины» – деньги и работа.

Из выше сказанного можно сделать вывод о том, что, при выборе тематических рубрик и их названий авторы-создатели текстов и сайтов, преследуя прагматическую цель привлечения внимания читателя, неизменно учитывают потребности, интересы, ценностные ориентиры женщин.

Несмотря на то, что текст СМИ – это текст, «нехранимый в культуре», в массмедийном дискурсе сохраняются и воспроизводятся существующие в обществе стереотипы, которые приобретают статус прецедентных ситуаций для наименования рубрик.

#### 2.4 Стереотип «woman» в материалах статей

В основе современных женских образов лежат стереотипные представления о женском поведении и предназначении женщины. Рассмотрим примеры современных образов женщины в материалах американских сайтов Интернет.

В качестве примеров статей, содержащих информацию о современных образах женщины, рассмотрим следующие статьи: «Inspiring quotes from women about money, wealth, and power» и «What it`s really like to **work** full-time» на сайте [www.dailyworth.com](http://www.dailyworth.com).

В статье «Inspiring quotes from women about money, wealth, and power» представлен список вдохновляющих цитат от успешных женщин о деньгах и богатстве. Для подробного анализа были отобраны цитаты, которые представляют наибольший интерес для изучения.

Знаменитая певица Бейонсе, которая занимает первое место в списке Forbes «Топ 100 самых влиятельных знаменитостей», заявила о том, что женщины должны быть финансово независимыми от своих мужчин, потому как деньги дают возможность «управлять парадом»: «I truly believe that women should be **financially** independent from their men. And let`s face it, **money** gives men the power to run the show».

Джоан Риверз, знаменитая американская актриса, телеведущая и сценарист утверждала: «Люди говорят, что деньги – не ключ к счастью, но я всегда полагала, что, имея достаточно денег, можно сделать этот ключ» («People say that **money** is not the key to happiness, but I always figured if you have enough money, you can have a key made»). «Не в деньгах счастье», – старая избитая поговорка, которая заводит людей в финансовый тупик. Истина заключается в том, что деньги могут помочь достичь счастья.

По мнению Клэр Бут Луз, американской издательницы, драматурга, политика и конгрессмена США, «Самая лучшая защита для женщины – это хотя бы немного собственных денег» («A woman's best protection is a little **money** of her own»).

Стиви Никс, известная американская певица говорила о том, что в отношениях всегда доминирует человек, который является более богатым и успешным: «When you're rich and famous you are the dominant force in a relationship, even if you try hard not to be».

И, наконец, цитата Мэй Уэст, американской актрисы, драматурга и сценариста: «Ценность денег определяется тем, что за них можно купить, и, если речь идет о любви, за них можно купить время, место, уединение и комфорт» («**Money** is of value for what it buys, and in love, it buys time, place, intimacy, comfort and a private corner alone»).

Таким образом, по мнению самых влиятельных женщин США, деньги дают власть, силу, славу, успех и благополучие. Более того, они считают, что за деньги можно купить время, место, комфорт и даже любовь. К тому же, в каждой фразе присутствует ключевое слово «money», что вновь подтверждает мнение о том, что для деловых женщин главной ценностью являются деньги и работа. Из этого следует вывод, что феминизм как явление, широко распространенное в американском обществе, в значительной степени способствовал ускорению трансформации стереотипов женственности, в результате которой произошло признание того, что женщина имеет право на работу и на карьерный рост, а также утверждение женщин как твердых и уверенных в себе личностей.

Проанализируем следующую статью «What it's really like to **work** full-time» на сайте [www.dailyworth.com](http://www.dailyworth.com), написанную журналисткой Сейдж Синглтон. В этом материале формируется образ деловой женщины с ребенком: современные женщины вдохновляют; они занимают ключевые позиции в различных отраслях; они создают свои собственные предприятия;

они воспитывают детей. Действительно, более 70% американских женщин, имеющих детей, работают.

В статье представлены результаты исследования, которое проводилось с участием 10 женщин. Им был задан вопрос о том, как, будучи занятыми на производстве полный рабочий день, они успевают воспитывать детей, ухаживать за домом и при этом выделять время для себя и личного роста.

Наиболее интересные ответы были следующими. Первая из опрошенных ответила, что работать полный рабочий день и воспитывать детей очень сложно. Совет, который она дает всем женщинам: «Быть гибкой, понижать свои ожидания, смеяться над собой и стараться наслаждаться маленькими приятными моментами, которые создает сама жизнь» («Working full-time while rising kids is just hard. The best advice I can come up with is: be flexible, lower your expectations, laugh at yourself, be present, and try to enjoy the little moments»).

Вторая женщина заявила, что она работает, потому что ей это нравится, и она хочет использовать свои умения. Ни одна мама не справляется со своими обязанностями в совершенстве, но каждая мама делает все, что в ее силах («I work because I love it and want to use my abilities. None of us are doing it perfectly, but every mom I know is doing her best»).

Третья из опрошенных женщин говорила о том, что она работает, потому что это является финансовой необходимостью для их семьи. Тем не менее, она надеется, показывая детям то, как она работает, научить их важным урокам: как работать, как поддерживать свою независимость, как внести свой вклад в жизнь общества («Why I work? It's a financial necessity for our family to live the lifestyle. I hope to teach my children important lessons about work: How to do work they find meaningful, how to maintain their independence, and how to contribute to society – by demonstrating life as a parent includes work»).

Также не менее интересным был ответ еще одной женщины. По ее словам, важно выполнять обе роли – деловой женщины и матери, совмещая

их гармонично, чередуя рационально, переходя от одной к другой на работе и дома («It's important to be a professional and a good mother, but it's important to be present in both roles, instead of stressing about failing someone all of the time. When I'm at work, I close all of my internet browsers and put my cell phone in my desk drawer until I need it for something work-related. Sometimes it's difficult, but I am so much better at being a wife / mom / worker when I am fully present in the moment, instead of trying to multitask more than necessary»).

И, наконец, пятая из опрошенных женщин сказала следующее: «I work because I can». Она рассказала историю о том, как проходила собеседование на работе: «На собеседовании работодатель спросил меня, как я смогу работать в летний период, когда мои дети на каникулах. Я ответила, что я буду работать так же, как и отцы, чьи дети тоже находятся на каникулах летом. То, что я женщина-мама никак не может повлиять на успех в работе. Я работаю не потому, что я должна, а потому, что могу. Я решила работать, потому что у меня две дочери. Я хочу, чтобы мои девочки знали, что у них такие же карьерные возможности и свободы, что и у мужчин» («I was recently in a pitch meeting for a potential new client. He asked how I would be able to run campaign in the summertime when my children were out of school. I said that we'll run him campaign the same way that a father would whose children was out in the summertime. I'm very privileged to be able to choose whether or not I work. I choose to work because I have two daughters. I want my girls to know that they have the same career opportunities and freedoms that men do»).

Можно сделать вывод, что в этих статьях языковую объективацию получает современный стереотип женщины, который наиболее востребован в американском обществе: работающая женщина-мама, профессионал на работе и дома. Вопреки бытующим гендерным стереотипам современная американская деловая женщина – это женщина, которая готова не только включаться в трудовую деятельность, но и продолжать наращивать профессиональный потенциал, пусть не идеально, но совмещая работу и домашние обязанности.

Главным ключом к достижению баланса между бизнесом и семьей женщины называют умение переключаться с рабочих проблем на проблемы родных и близких. Более того, содержание статей подтверждает тот факт, что женщины имеют статус полноправного члена общества: обладают равными с мужчиной правами и свободами. Сколько бы ни велось разговоров о том, что карьера, семья и воспитание детей несовместимы, женщины все равно будут пытаться их совместить, невзирая на возникающие трудности. И многие успешные бизнес-леди уже доказали, что это возможно.

Подтверждением сказанному может служить и следующий материал.

Рассмотрим статью «Killing off super mom» на сайте [www.modernmom.com](http://www.modernmom.com). В данной публикации речь идет о женщине-матери которая рассказывает о том, как она справляется со своей ролью матери: «В моем доме кровати редко бывают заправленными, только если кто-то придет к нам в гости. Мой шкаф – это тихий ужас, и я чувствую себя виноватой за то, что я слишком много работаю. Мои дети смотрят телевизор больше, чем положено. Да, я не идеальная мама» («In my house, the beds are rarely made unless someone is coming to visit. My closet is a disaster and I feel guilty that I work too much. My kids watch more TV than they should. I'm not perfect»). По ее мнению, «идеальная мама» – это иллюзия и обман, потому что совершенства не существует, и она считает своим долгом донести это до детей, чтобы они были готовы к препятствиям в их жизни («Perfectionism is purely a mental, alienating, and unnatural state. It is our duty as moms to make sure our kids know that, and are prepared for the hurdles life is bound to throw them»).

Она говорит о том, что у «идеальной мамы» дети всегда опрятно одеты, хорошо воспитаны и образованны, но ее дети могут сами приготовить себе обед и обработать рану («Supermom may have the best-dressed, most mild-mannered, educated children ever, but mine know how to make their lunch, dress a wound, and pick a lock»). Рассуждая на тему «идеальной мамы», она заявляет, что это всего лишь идеальная картинка, которую видят окружающие. Образ

женщины-матери в глянцевоm журнале «Vogue» – ухоженная, хорошо одетая, красивая и успешная («I was on a plane and saw Gwyneth Paltrow in Vogue. She's striking a glamorous pose in her kitchen, preparing «easy!» locally grown, organic, vegan, after school snacks in an \$ 865 Michael Kors crepe flounce skirt and 7-inch Louboutins. Her hair looks amazing, and there are a few toys tossed about (but not a kid to be found)»). Но автор статьи утверждает, что настало время изменить сложившийся стереотип об идеальной маме: «Я не хочу, чтобы мои дети выросли с воспоминаниями о том, как было всегда дома чисто. Я хочу, чтобы они помнили о веселье и любви, которые царили в доме» («It's time to redefine what being a good wife, mom, hostess, and human being means. I don't want my kids growing up with memories of how clean the house always was. I want them to remember the fun and the love»).

Таким образом, в данной статье современная женщина-мама – это активная, работающая, но не «идеальная» мама. По мнению автора, «идеальная мама» – это лишь выдумка. Полезно раз и навсегда отказаться от мечты стать идеальной матерью, потому что добиться спокойствия в гонке за этим титулом невозможно. «Несовершенные» матери не пытаются соответствовать чьим-то представлениям об идеале, их цель – просто заботиться о своих детях, искренне их любить, оберегать, учить.

Подводя итог, можно сказать, что всё больше женщин стремятся сочетать роль жены, матери и домашней хозяйки с ролью деловой женщины. Но женщина, также как и мужчина, вправе делать самостоятельный выбор, чему посвятить жизнь: отдать предпочтение семье и воспитанию детей, стать успешной бизнес-вумен или совместить одно и другое. У каждой женщины свой путь, который она выбирает сама.

## **2.5 Стереотип «woman» в комментариях**

Рассмотрение комментариев дает развернутую картину того, как мужчины и женщины относятся к бытующим в американском обществе стереотипным представлениям, и позволяет опровергнуть или подтвердить их. Поэтому в данном разделе обратимся к материалу, посвященному

стереотипным представлениям о женщинах в Америке на сайте <http://www.healthguidance.org/entry/15910/1/list-of-gender-stereotypes.html>.

Было рассмотрено 85 комментариев, оставленных в период с 2014 по 2018 год, на сайте <http://www.healthguidance.org/entry/15910/1/list-of-gender-stereotypes.html>. Так, было установлено, что мнения людей разделились: есть те, кто поддерживает существующие стереотипы (37 человек из 85): «This is so true and everyone should read it no matter what»; «This article is so true»; «This article is so true, I am amazed that these stereotypes are still used today!», и др. И есть те, кто их отрицает (48 из 85): «Our gender is only part of who we are; it doesn't define us as people»; «I also think that gender stereotyping is wrong and». «I also HATE stereotypes and I strongly agree that they should just stop» и др.

Не все женщины согласны с мнением о том, что:

1) Женщины менее технически грамотны, поэтому не в состоянии, например, отремонтировать машину: «I work at home fixing neighborhood cars».

2) Любимый цвет женщин – розовый: «I hate pink and marriage»; «I don't want to wear pretty pink, or wear nice purple butterflies on dresses».

3) Женщина не может быть главой семьи: «I'm the family boss».

4) Женщина должна соответствовать стереотипным представлениям о внешности и поведении женщин: «I absolutely HATE it when people just give me that weird stare whenever I'm shopping in the boys' section. I don't want to wear pretty pink, or wear nice purple butterflies on dresses»; «I am sick and tired of people telling me how I should behave due to my gender, and what my future goals should be»; Everyone looks at me and wonders why I hate make-up and dresses. I dislike shopping and cooking and cleaning. I don't know if I want children at my age but if I did, I wouldn't want to be the mother figure that everyone expects me to be». В первом комментарии женщина утверждает, что она одеваются в отделах для мужчин и не хочет носить платья в цветочек. Во втором, женщина говорит, что ей не нравится, то, что окружающие говорят

как нужно себя вести в той или иной ситуации в зависимости от своего биологического пола. В последнем комментарии девушка говорит о том, что ей не нравится ходить по магазинам, готовить и убирать дом. Приведенные примеры явно противоречат стереотипным представлениям о внешности и поведении женщин.

5) Каждая женщина хочет выйти замуж и иметь детей: «I hate stereotypes and I don't wanna get married. I hate pink and marriage»; «I'd rather eat a poisonous frog's venom than get married and have children»; «I hate when society thinks that (well not everyone in society thinks this), that all men and women want to have sex, get married and have kids. NOT TRUE at all».

6) Женщины не стремятся заниматься спортом: «I feel that these stereotypes are very untrue. I am a girl myself, and I play multiple sports»; «I think stereotypes are wrong. My biggest annoyance is when men think that if women are doing sport they will be rubbish, so many times this has happened to me. It is drummed into people as children and it stupid and unfair on anyone».

7) Женщины не любят играть в компьютерные игры: «I am a video game enthusiast (female) myself and this help with a project I am working on. It's all about how stereotypes control most of how we think of people»; «51% of gamers are female!»; «I am a girl and I play video games and will be starting to play lacrosse»; «There are many women I know who love to play videogames, I myself am not obsessed with them, so maybe that stereotype isn't valid for only men».

8) Женщины слабее мужчин: «Men and women are equal in value. But it's not a «stereotype» to say on average a man is stronger than a woman, it's true. They're just built differently»; «Yes males naturally find it easier to produce more muscle and much quicker than women but that doesn't mean women can't be strong as well. Also women produce more of something that allows them to fight off bacteria and stuff more easily. I think this is why women have a higher life expectancy in developed countries»; «I would just like to point out that men are not actually completely stronger than women. Men are genetically built to have greater upper body strength, while women are made to have better lower body

strength. Women are also built to experience the excruciating pain of child birth, which is why most women have a higher tolerance for pain than men»; «Hate to tell ya, but a man's body frame naturally makes him stronger by nature than a woman. That's not a stereotype. Men ARE stronger, on average, by nature».

9) Женщина может быть медсестрой, но не врачом: «I don't think this is true cause if you look at it the number in male teachers has increased and female doctors is slowly starting to increase also»; «To me, girls can be doctors and boys can be nurses».

Таким образом, 44 % людей соглашаются с устоявшимися стереотипными представлениями о женщине в обществе, а 56 % – нет. Большинство стереотипов подвергаются критике со стороны женщин. Так, они могут быть верными для одного, и в то же время ошибочными для другого индивида. Каждый человек является личностью, и стереотипные представления о том, что женщины не любят играть в компьютерные игры, не могут работать на «грязной» работе или же не могут быть профессионалами в своем деле в силу своего пола опровергаются самими женщинами.

Выводы по 2 главе. В ходе анализа невербальной информации были обнаружены различия в шрифтовом оформлении, однако размеры шрифтов, используемых на обоих сайтах, одинаковы. Также были выявлены различия в оформлении отдельных рубрик и используемых изображений на сайтах.

Цветовая гамма web-сайта <https://www.dailyworth.com> включает в себя бирюзовый, оранжевый, черный и белый цвета. Цветовая гамма сайта <http://www.modernmom.com> содержит такие цвета, как серый, розовый, голубой и белый. Белый цвет используется в равной степени при оформлении как сайта для деловых женщин, так и для женщин-матерей. Однако розовый преобладает в оформлении сайта <http://www.modernmom.com>, что подтверждает распространенные на уровне обыденного сознания стереотипные представления о розовом как предпочтительном цвете женщин.

Авторы-создатели сайтов и текстов ориентируются на определенную целевую аудиторию, что находит отражение в выборе названий рубрик и текстов статей.

Женские сайты, представляя информационные материалы, подборка которых напрямую связана с интересами пользователей, в то же время оказывают несомненное влияние на предпочтения и установки женщин. Подборка тем любого из сайтов является моментальным срезом интересов и предпочтений пользователей, но, в то же время, их и формирует.

Стереотип «woman», который объективирован в материалах сайтов, представлен двумя образами: «женщина-мама» – женщина, которая проявляет заботу о детях и семье и является профессионалом на работе, как правило, это работа на дому или в интернете. «Деловая женщина» – женщина, которая ориентирована, прежде всего, на работу и на достижение успеха. Из всего многообразия профессий наиболее привлекательными для нее являются сферы бизнеса, предпринимательства. В то же время, современная деловая женщина не забывает об уходе за собой, своих желаниях и нуждах. Может иметь семью и детей.

Формирование женского образа происходит согласно ее традиционным ролям, то есть устоявшимся стереотипным представлениям: женщина является заботливой матерью, женой, домашней хозяйкой, которая пытается совместить семью и работу. И с другой стороны, данный процесс отражает новую тенденцию: эгалитарные взгляды на роль женщины в обществе. Современная американская женщина живет в ногу с эпохой прогресса и достижений, делает карьеру, разбирается в финансовых вопросах и строит отношения с противоположным полом. Женщины не согласны со многими устоявшимися гендерными стереотипами в обществе, с тем, что они должны соответствовать мужским представлениям о внешности и поведении согласно своему биологическому полу.

Гендерные стереотипы играют важную роль в современном информационном обществе и находят неизменную языковую объективацию

в материалах Интернет, поскольку они отражают половые различия и закрепляют традиционные роли индивидов.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Гендерная специфика не может не отображаться в речемыслительных процессах, сопровождающих всевозможные виды коммуникации, в том числе и медиакommunikацию. На современном этапе медиакommunikация становится все более гендерно ориентированной, что обусловливается выраженной тенденцией к увеличению количества гендерно ориентированных изданий, существенно модифицирующих увеличивающуюся степень влияния этих изданий на сознание индивида.

Социально разделяемые представления о личностных качествах и поведенческих моделях мужчин и женщин, а также о гендерной специфике социальных ролей называются гендерными стереотипами. Взаимодействие между людьми строится на общепризнанных в соответствующей культуре образцах, не может не протекать вне закономерностей социального восприятия. Одним из проявлений социальной перцепции и одновременно ее результатом являются стереотипы как убеждение и «привычное знание» людей относительно качеств и черт характера других индивидов, а также событий, явлений, вещей. Гендер – специфический набор культурных характеристик, которые определяют социальное поведение женщин и мужчин, их взаимоотношения между собой.

В ходе гендерных исследований рассматриваются роли, нормы, ценности, черты характера, которые предписывает общество женщинам и мужчинам. Существующие половые стереотипы поддерживают традиционную гендерную систему с ориентацией на четкое разделение норм и правил поведения, сфер жизнедеятельности и обязанностей на «мужские» и «женские», жестко регламентируя развитие личности. В соответствии с существующими гендерными стереотипами мужчинам и женщинам приписывают определенные черты характера, цветовые и вкусовые предпочтения, сферы интересов.

В данной работе были проанализированы американские сайты Интернет с опорой на метод поиска по ключевым словам с целью выявления релевантных для исследования стереотипа «woman» материалов. Сайты, выбранные в качестве материала исследования, были проанализированы с учетом двух составляющих коммуникации – вербальной и невербальной: тематики сайтов, их цветового и шрифтового оформления, изображений, содержания и специфических форм языкового выражения гендерной идентичности.

В ходе анализа невербальной информации были обнаружены различия в шрифтовом оформлении, однако размеры шрифтов, используемых на обоих сайтах, одинаковы. Также были выявлены различия в оформлении отдельных рубрик и используемых изображений на сайтах.

Рассмотрение вербальной информации сайтов осуществлялось, прежде всего, путем анализа их тематической дифференциации. В первую очередь важно отметить тот факт, что авторы-создатели сайтов и текстов ориентируются на определенную целевую аудиторию, что находит отражение в выборе названий рубрик и текстов статей. Иными словами, гендерные предпочтения женщин получают языковую объективацию в процессе создания сайта (в названиях рубрик) и номинации материала, который готовится к публикации (выборе тем и заголовков статей).

Анализ с точки зрения тематики сайтов показал, что гендерные стереотипы имеют место в сфере досуга. Оба сайта предлагают следующий набор ссылок, которые могут заинтересовать женщин, – это «family», «pregnancy», «entertainment», «cooking», «beauty», «health & fitness», «relationships», «travel» и «work». Данные темы не маркируются как женские, но подразумеваются таковыми. Среди перечисленных тем можно выделить схожие, которые присутствуют на двух сайтах, и специфические – с учетом стереотипных представлений о женщине, используемые только на одном из сайтов. Такие темы, как «entertainment», «beauty», «love», «cooking», «pregnancy», раскрываются только на сайте для женщин-матерей. А темы,

связанные с ведением бизнеса, переговорами, финансами, выходом на пенсию и свадьбой входят в сферу интересов деловых женщин.

Стереотип «woman», который объективирован в материалах сайтов, представлен двумя образами: «женщина-мама» и «деловая женщина».

Согласно результатам исследований о влиянии материалов интернет на личность, подтверждается тот факт, что они являются транслятором бытующих в обществе представлений о женщине: как традиционных, так и современных. Женщина является, с одной стороны, заботливой матерью, женой, домашней хозяйкой, которая пытается совместить семью и работу. И, с другой стороны, современная американская женщина живет «в ногу с эпохой» прогресса и достижений, делает карьеру, разбирается в финансовых вопросах и строит отношения с противоположным полом.

Женщины и мужчины не всегда разделяют существующие гендерные стереотипы, в первую очередь, которые касаются внешности и поведения женщин. Так, материалы сайтов Интернет доказывают, что женщины активно работают и делают карьеру, занимают руководящие должности, умеют ремонтировать машины, не всегда стремятся выйти замуж и иметь детей, им нравится заниматься спортом, играть в компьютерные игры и т.п.

Существующий в массовом сознании носителей американского варианта английского языка стереотип «woman» – это женщина, которая стремится к золотой середине, как наиболее благоприятному и гармоничному состоянию. Заниматься собственным развитием, расти как профессионал и хорошо зарабатывать, являясь при этом заботливой мамой и любящей женой – это тот стереотип, который позволяет женщине состояться во всех сферах.

В материалах Интернет находят непосредственное отражение существующие в обществе гендерные стереотипы. Несмотря на современные процессы глобализации, в языке сохраняются создаваемые обществом установки о социо-культурной обусловленности пола.

Безусловно, материалы сети Интернет – это лишь малая часть огромного информационного пространства, поэтому проблема

функционирования гендерных стереотипов в глобальной сети заслуживает дальнейшего научного осмысления.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Бабанин, Л. Н. Гендерные особенности развития интересов пользователей Интернета : учеб. пособие / Л. Н. Бабанин, А. Е. Войскунский. – М. : Гос. Университет русского языка им. А. С. Пушкина, 2005. – С. 7-12.
- 2 Байбурин А. К. Некоторые вопросы этнографического изучения поведения / А. К. Байбурин // Этнические стереотипы поведения. – Ленинград : Изд-во «Наука», 1985. – С. 7-21.
- 3 Букина, Е. И. Гендерные стереотипы в языке и дискурсе / Е. И. Букина // Филология, история, востоковедение. – 2013. – № 2 (49). – С. 61-65.
- 4 Введение в гендерные исследования / под ред. И. В. Костиковой. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 252 с.
- 5 Гайфуллина, А. Н. Гендерные стереотипы в электронной коммуникации // А. Н. Гайфуллина / Филология и культура. – 2007. – № 11. – С. 34-38.
- 6 Горошко, Е. И. Гендерные особенности русскоязычного Интернета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=22>. – 20.06.2017.
- 7 Горошко, Е. И. Особенности гендерной стереопизации в интернете / Е. И. Горошко // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. – 2009. – № 1 (61). – С. 49-60.
- 8 Дежина, Т. П. Основные дефиниции и подходы изучения гендерных стереотипов / Т. П. Дежина // Научный альманах. – 2016. – № 3-4 (17). – С. 174-178.
- 9 Егорова, В. О. Гендерные особенности виртуальной коммуникации / В. О. Егорова // Лингвистика и педагогика. – 2016. – № 4 (21). – С. 99-106.
- 10 Ильиных, С. А. Образ женщины в гендерных стереотипах // С. А. Ильиных / Этносоциология : образы и смыслы. – 2017. – № 3. – С. 27-34.
- 11 Кирилина, А. В. Гендерные исследования в зарубежной и российской лингвистике (философский и методологический аспекты) / А. В.

Кирилина // *Общественные науки и современность*. – 2000. – № 4. – С. 138-143.

12 Кирилина, А. В. Лингвистические гендерные исследования / А. В. Кирилина, М. В. Томская // *Отечественные записки*. – 2005. – № 2. – С. 112-132.

13 Коногорова, А. В. Концепт «женщина» в английской лингвокультуре / А. В. Коногорова // *Вестник БГУ*. – 2010. – № 10. – С. 126-129.

14 Компанцева, Л. Ф. Гендерные основы интернет-коммуникации в постсоветском пространстве : моногр. / Л. Ф. Компанцева. – Луганск : Альма-матер, 2004. – 404 с.

15 Кривцова, Е. В. Гендерные стереотипы в современной рекламе женских духов // *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. – 2015. – № 12-3. – С. 537-540.

16 Кузьмина, В. М. Гендерные стереотипы речевого поведения и их реализация в интернет-пространстве / В. М. Кузьмина // *Актуальные проблемы современной науки : материалы XIV международного форума, Санкт-Петербург, 19-20 мая 2016 г.* – Санкт-Петербург : Петербургский гос. ун-т, 2016. – С. 86-89.

17 Лакофф, Р. Язык и место женщины / Р. Лакофф // *Введение в гендерные исследования*. – Ч. II : хрестоматия; под. ред. С. В. Жеребкина. – Харьков; СПб. : Алетейя, 2001. – С. 784-798.

18 Маслова, В. А. Лингвокультурология : учеб. пособие / В. А. Маслова. – М. : Academia, 2001. – 208 с.

19 Милькина, Е. Н. Феминистские среды в Web-пространстве / Е. Н. Милькина // *Философские проблемы информационных технологий и киберпространства*. – 2012. – № 1. – С. 101-110.

20 Петрова, Р. Г. Гендерология и феминология : моногр. / Р. Г. Петрова. – М. : Дашков и Ко, 2007. – 229 с.

21 Потебня, А. А. Мысль и язык : моногр. / А. А. Потебня. – М. : Наука, 1996. – 192 с.

22 Примо, Н. Гендерные проблемы в информационном обществе : моногр. / Н. Примо. – СПб. : ЮНЕСКО, 2004. – 102 с.

23 Присяжнюк, О. Я. К вопросу о гендерных стереотипах / О. Я. Присяжнюк // Актуальные проблемы современной науки : материалы международной научно-практической конф., Уфа, 13-14 декабря, 2013 г. – Уфа : Башкирский гос-ый ун-т, 2013. – С. 221-224.

24 Рябова, Т. Б. Гендерные стереотипы и гендерная стереотипизация: к постановке проблемы / Т. Б. Рябова // Женщина в Российском обществе. – 2001. – № 3 – 4. – С. 25-39.

25 Рябова, Т. Б. Стереотипы и стереотипизация как проблема гендерных исследований / Т. Б. Рябова // Личность. Культура. Общество. – 2001. – Вып. 1. – С. 24-35.

26 Садохин, А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации /А. П. Садохин // М. : Высш. шк., 2005. – 226 с.

27 Сазанов, Я. С. Гендерные особенности Web-сайтов / Я. С. Сазанов // Вестник Мордовского университета. – 2012. – № 3. – С. 131-134.

28 Тарасова, О. А. Средства массовой информации как социальный фактор формирования гендерных стереотипов современной студенческой молодежи / О. А. Тарасова // Вестник ВЭГУ. – 2013. – № 5. – С. 205-210.

29 Хозяева, Н. П. Гендерные перспективы «женского» интернета / Н. П. Хозяева // Реклама и связи с общественностью : традиции и инновации : материалы конф., Ростов-на-Дону, 15-16 сентября, 2016 г. – Ростов-на-Дону С. 332-336.

30 Шилова, Т. А. Гендерные стереотипы в ресурсах сети интернет // Т. А. Шилова / Женщина в российском обществе. – 2004. – № 1-2. – С. 34-42.

31 Шумкова, М. А. Методологические подходы к исследованию гендерных стереотипов / М. А. Шумкова // Философия. Психология. Педагогика. – 2009. – № 3-1. – С. 107-116.

- 32 Шмелев, Д. Н. Проблемы семантического анализа лексики : моногр. / Д. Н. Шмелев. – М. : Просвещение, 1994. – 244 с.
- 33 Якоба, И. А. Гендер в интернет-коммуникации: динамика развития / И. А. Якоба // Вестник Иркутского государственного технического университета. – 2013. – № 1 (72). – С. 303-309.
- 34 Ashmore, R. D. Sex, gender, and the individual / L. A. Pervin // Handbook of personality : theory and research. – N.Y. : Guilford press, 1990. – 222 p.
- 35 Basow, S. A. Gender stereotypes : Traditions and alternatives / S.A. Basov. – Belmont : Ca., 1980. – 384 p.
- 36 Burn, S. M. The social psychology of gender / S. M. Burn. М. : OLMA-Press invest, 2004. – 308 p.
- 37 Cohn, D. After decades of decline, a rise in stay-at-home mothers [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.pewsocialtrends.org/2014/04/08/after-decades-of-decline-a-rise-in-stay-at-home-mothers>. – 2.03.2018.
- 38 Diekman, A. B. Stereotypes as dynamic constructs: Women and men of the past, present, and future / A. B. Diekman, A. H. Eagly // Personality and Social Psychology Bulletin. – 2000. – № 26. – P. 1171-1181.
- 39 Ellemers, N. Gender stereotypes / N. Ellemers // Annual review of psychology. – 2018. – Vol. 69. – P. 275-298.
- 40 Haines, E. L. The times they are a-changing or are they not? A comparison of gender stereotypes, 1983–2014 / E. L. Haines, K. Deaux, N. Lofaro // Psychology of Women Quarterly. – 2016. – № 40 (3). – P. 353-363.
- 41 Hyde, J. S. Gender similarities and differences / J. S. Hyde // Annual review of psychology. – 2014. – Vol. 65. – P. 373-398.
- 42 Kiprotich, A. J. Gender communication stereotypes: a depiction of the mass media / A. J. Kiprotich, J. R. Chang`orok // Journal of humanities and social science. – 2015. – Vol. 20. – № 11. – P. 69-77.

43 Kumari, A. Gender stereotyped portrayal of women in the media: perception and impact on adolescent / A. Kumari, H. Joshi // Journal of humanities and social science. – 2015. – Vol. 20. – № 4. – P. 44-52.

44 Linda, A. J. Gender and the internet : women communicating and men searching / A. J. Linda, S. E. Kelly, D.G. Philip // Sex roles. – 2001. – № 44. – P. 363-379.

45 Martin, S. Women entering the legal profession: Change and resistance / S. Martin, N. Jurik // Annual review of law and social science. – 2006. – № 2. – P. 107–130.

46 Oakley, A. Sex, gender and society / A. Oakley. – United Kingdom : Ashgate publishing, 2015. – 182 p.

47 Parker, K. Modern parenthood : Roles of moms and dads converge as they balance work and family [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.pewsocialtrends.org/2013/03/14/modern-parenthood-roles-of-moms-anddads-converge-as-they-balance-work-and-family/s>. – 10.02.2018.

48 Sherriffs, A. C. Qualitative aspects of beliefs about men and women / A. C. Sherriffs, J. P. McKee // Journal of personality. – 1957. – № 25. – P. 451-464.

49 Williams, J. E. Measuring sex stereotypes : A thirty-nation study / J. E. Williams, D. L. Best. – Beverly Hills : SAGE publications, 1982 – 252 p.

## ИСТОЧНИКИ

50 <https://www.dailyworth.com>. Дата обращения: 10.03.2018.

51 <http://www.modernmom.com>. Дата обращения: 10.03.2018.

52. <http://www.healthguidance.org/entry/15910/1/list-of-gender-stereotypes.html> Дата обращения: 15.03.2018

## СЛОВАРИ

53 Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. / В. И. Даль. – М. : Издат. Центр «Терра», 1994. – 4 т.

54 Кордуэлл М. Психология. А - Я: Словарь-справочник / Пер. с англ. К.С. Ткаченко. – М., 2000. – С. 316.

55 Словарь гендерных терминов / под. ред. А. А. Денисовой. – М. : Информация 21 век, 2002. – 246 с.

56 Ярцева, В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь / В. Н. Ярцева. – М., 1990. – 685 с.

57 Oxford dictionary of English [Электронный словарь] – Режим доступа : <https://en.oxforddictionaries.com> – 10.12.17.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

Web-сайты, взятые для анализа

Сайты для «деловых женщин»

1. <https://www.ellevatenetwork.com>
2. <http://www.blogher.com>
3. <http://www.thebossnetwork.org>
4. <http://www.catalyst.org>
5. <http://www.chic-ceo.com>
6. <http://www.citygirlconfidence.com>
7. <https://corporette.com>
8. <https://www.dailyworth.com>
9. <https://www.themuse.com>
10. <http://www.duttee.com>
11. <http://ed2010.com>
12. <http://theeverygirl.com>
13. <http://www.fortefoundation.org>
14. <https://www.getraised.com>
15. <https://girlswhocode.com>
16. <http://theglasshammer.com>
17. <http://heragenda.com>
18. <http://www.internsushi.com>
19. <http://www.inpowerwomen.com>
20. <http://www.iwantherjob.com>
21. <https://blogs.wsj.com>
22. <http://www.ladieswholaunch.com>
23. <http://www.learnvest.com>
24. <https://leanin.org>
25. <https://www.lindseypollak.com>
26. <https://www.mint.com>
27. <http://blog.penelopetrunk.com>

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

28. <http://www.recessionista.com>
29. <http://join.savorthesuccess.com>
30. <https://shetakesontheworld.com>
31. <http://www.stilettowoman.com>
32. <http://theli.st>
33. <http://webgrrls.com>
34. <http://whynotgirl.com>
35. <http://www.women2.com>
36. <https://www.entrepreneur.com>
37. <http://www.womenforhire.com>
38. <http://theglasshammer.com>
39. <http://inpowercoaching.com>
40. <https://www.entrepreneur.com>

### Сайты для «женщин-матерей»

1. <https://www.babble.com>
2. <https://www.thebump.com>
3. <http://dailymomreport.com>
4. <http://dealseekingmom.com>
5. <https://foundingmoms.com>
6. <https://gomiblog.com>
7. <http://www.hbwm.com>
8. <https://www.modernmom.com>
9. <https://www.momsrising.org>
10. <https://www.nytimes.com/section/well/family>
11. <http://www.plumdistrict.com>
12. <http://savvyauntie.com>
13. <http://www.techmamas.com>
14. <https://www.wahm.com>
15. <http://worldmomsblog.com>

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

16. <http://www.workitmom.com>
17. <http://www.mommytracked.com>
18. <https://www.workingmother.com>
19. <http://www.bizziemommy.com>
20. <https://www.cafemom.com>
21. <http://www.coolmom.com>
22. <http://www.hybridmom.com>
23. <http://www.mominventors.com>
24. <https://www.care.com>

### Сайты для женщин обо всем

1. <http://thebloggess.com>
2. <http://welcometo.zorashouse.com>
3. <http://www.everywhereist.com>
4. <https://www.thehairpin.com>
5. <https://jezebel.com>
6. <http://www.quarterlette.com>
7. <http://sousstyle.com>
8. <http://whattheflicka.com>
9. <http://feministing.com>
10. <http://www.halftheskymovement.org>
11. <http://helloladies.com>
12. <https://www.makers.com>
13. <https://www.iawomen.com/Index.cfm>
1. <https://kristof.blogs.nytimes.com>
15. <https://www.salon.com>
16. <http://www.coloredgirlconfidential.com>
17. <http://thefootballgirl.com>
18. <http://smittenkitchen.com>
19. <http://thepioneerwoman.com>

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ А

20. <http://sousstyle.com>
21. <https://www.tumblr.com>
22. <https://dooce.com>
23. <http://emilybennington.com>
24. <http://generationmeh.com>
25. <https://www.goodguide.com>
26. <https://hellogiggles.com>
27. <http://www.hercampus.com>
28. <https://www.huffingtonpost.com>
29. <http://mentalfloss.com>
30. <http://www.pickthebrain.com>
31. <https://ru.pinterest.com>
32. <https://www.purewow.com>
33. <http://www.rookiemag.com>
34. <http://www.secretsofthewomen.com>
35. <http://www.sheknows.com>
36. <https://www.xojane.com>

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Сопоставление сайтов <https://www.dailyworth.com> и  
<http://www.modernmom.com>

Таблица 1 – Цветовое оформление

<a href="https://www.dailyworth.com">https://www.dailyworth.com</a>	бирюзовый, оранжевый, черный, белый
<a href="http://www.modernmom.com">http://www.modernmom.com</a>	розовый, голубой, белый, серый

Таблица 2 – Дифференциация цветов, используемых при оформлении

Цвета, используемые на двух сайтах	Цвета, используемые на одном из сайтов	
	<a href="https://www.dailyworth.com">https://www.dailyworth.com</a>	<a href="http://www.modernmom.com">http://www.modernmom.com</a>
белый	Бирюзовый, оранжевый, черный	Розовый, голубой

Таблица 3 – Сферы интересов женщин

<a href="https://www.dailyworth.com">https://www.dailyworth.com</a>	<a href="http://www.modernmom.com">http://www.modernmom.com</a>
money	parenting
work	cooking
travel	home
family	career
retirement	travel
tools	celebrate
health	tech
relationships	entertainment
marriage	health & fitness
kids	entertainment
	beauty
	love

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Таблица 4 – Тематическая дифференциация

<a href="https://www.dailyworth.com">https://www.dailyworth.com</a>	<a href="http://www.modernmom.com">http://www.modernmom.com</a>
1. Money ( <i>Saving, Investing, Credit &amp; Debt, Taxes, Insurance, Real Estate</i> )	1. Parenting ( <i>Pregnancy, Baby, Kids, Tweens and Teens</i> )
2. Work ( <i>Career Advice, Job search, Negotiating, Networking, Running a Business, Freelancing</i> )	2. Cooking
3. Life ( <i>Education, Health, Travel, Inspiration, Giving</i> )	3. House ( <i>Crafts, Home, Education, Travel, Decorate, Money</i> )
4. Family ( <i>Marriage, Kids, Relationships, Eldercare</i> )	4. Career
5. Retirement	5. Life ( <i>Breast Cancer, Health &amp; Fitness, Body After Baby, Beauty, Relationships, Love</i> )
6. Tools ( <i>Money Clarity, Money Type, Worth FM, Digital Reviews</i> )	6. Celebrate ( <i>Holidays, Birthdays, Parties</i> )
	7. Tech
	8. Entertainment

Таблица 5 – Темы, обсуждаемые только на одном из сайтов

<a href="https://www.dailyworth.com">https://www.dailyworth.com</a>	<a href="http://www.modernmom.com">http://www.modernmom.com</a>
Retirement	Entertainment
Marriage	Beauty
Credits & debts	Love
Running a business	Tech
Taxes	Pets
Savings	Cooking
Negotiating	Pregnancy

Таблица 6 – Общие темы для двух сайтов

<a href="https://www.dailyworth.com">https://www.dailyworth.com</a>	<a href="http://www.modernmom.com">http://www.modernmom.com</a>
Family	Parenting
Work	Career
Money	Money
Health	Health & Fitness
Travel	Travel

Таблица 7 – Family / Parenting

<a href="https://www.dailyworth.com">https://www.dailyworth.com</a>	<a href="http://www.modernmom.com">http://www.modernmom.com</a>
Marriage	Pregnancy
Kids	Baby
Relationships	Kids
Eldercare	Tweens and Teens

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Таблица 8 – Work / Career

<a href="https://www.dailyworth.com">https://www.dailyworth.com</a>	<a href="http://www.modernmom.com">http://www.modernmom.com</a>
Career advice Job search Negotiating Networking Running a business Freelancing	Tips for working moms Career advice Working at home Tips to balance family and career Networking

Таблица 9 – Money

<a href="https://www.dailyworth.com">https://www.dailyworth.com</a>	<a href="http://www.modernmom.com">http://www.modernmom.com</a>
Saving Investing Credit & Debt Taxes Insurance Real estate	Money saving tips for moms Money-making ideas Credits

Таблица 10 – Health / Health & Fitness

<a href="https://www.dailyworth.com">https://www.dailyworth.com</a>	<a href="http://www.modernmom.com">http://www.modernmom.com</a>
Health care Insurance Health and illnesses Tips to avoid stress Fitness & Workout	Healthy recipes Food and Kids Fitness & Workout Diet & Eating plan Health and illnesses

Таблица 11 – Travel

<a href="https://www.dailyworth.com">https://www.dailyworth.com</a>	<a href="http://www.modernmom.com">http://www.modernmom.com</a>
Budget vacation ideas How save money Best travel destination	Tips for travelling with kids Packing hacks Pregnancy tips for travel

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

Заголовки статей в различных тематических блоках

Заголовки статей, взятые для анализа с сайта <https://www.dailyworth.com>

«Career»

1. A no-frills guide to starting your freelance **career**
2. 7 ways to rebrand yourself for success
3. The best resources for women **business** owners
4. 15 tips for building an online personal brand
5. I Make 6000 \$ a month freelancing
6. 5 ways to turn a writing side gig into a full-time **business**
7. 5 ways to earn more **money** freelancing
8. How to use credit card for small **business**
9. Starting a **business** with a friend
10. 4 ways being open can bring you success
11. 8 new year`s resolutions to grow your **business**
12. Tax-planning strategies for small **business**
13. How I redefined **career** success as a freelancer
14. Why entrepreneurs need a raise
15. **Work** from home – virtual side **jobs**
16. 6 ways to improve your targeted online networking
17. Update your **business** network this spring
18. 6 tips for successful professional networking
19. Earn more freelancing
20. Practical budgeting for freelancers and entrepreneurs
21. How women are growing the global economy
22. How to run a **business** like Beyonce
23. Steps to savings success
24. How to manage as an entrepreneur
25. How to build your own **business** while **working**
26. Mom entrepreneurs on building a **business** and raising a **family**

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

27. The 5 most profitable industries for women entrepreneurs

28. Soft skills you need for a successful **career**

29. How to start a small **business**

30. 8 women who turned their passions into a small **business**

Заголовки статей сайта <https://www.modernmom.com>

«Career»

1. 11 tips for stay-at-home moms who want to go back to **work**

2. How to be a successful **working** mother

3. Finding balance as a **working** mom

4. What does «good» look like for a **working** mom?

5. Katherine Heigl admits **working** motherhood is tough

6. The difference between **working** moms and working dads

7. Breastfeeding tips for **working** mothers

8. Mariska knows **working** motherhood means «you can't have everything»

9. **Working** at home: tough stuff

10. Tina Fey's advice to **working** moms

11. 11 tips for stay-at-home moms who want to go back to **work**

12. 4 tips to balance **family** and **career**

13. Advice for successfully returning to **work** after maternity leave

14. The struggles of **working** at home

15. How to prioritize at **work** when everything is a top priority

16. Expressing gratitude at **work**: how to do it and why you should

17. Tips and tricks for **working** from home

18. Career-boosting resolution for moms

19. Why women should rule the world

20. How to build a website for independence sales reps

21. What it takes to be a successful woman

22. Big meeting Vs. big birthday – What`s a **working** mom to do?

23. How to land the **job** you want

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

24. The adventures of a **work**-from-home mom
25. Back to the **working** world
26. How to be successful **working** mother
27. **Working** at home – maximize it!
28. **Working** moms` kids to be no worse off
29. Lessons on **working** motherhood from Janice Dean
30. Women, **money**, and why asking for more is always a good idea

Заголовки статей сайта <https://www.dailyworth.com>

«Family»

1. 5 smart money tips for new **parents**
2. How to save **money** on back-to-school shopping
3. How to prepare **financially** for **baby**
4. 13 **money**-saving hacks for moms
5. I pay 1800 \$ a month to send my **kids** to preschool
6. **Money** lessons from mom
7. How to be a good activist and a good mom
8. Childcare and taxes: five things you should know
9. Should I get married because it`s better **financially**?
10. Why I quit my **job** after maternity leave.
11. Stop judging women for not having **kids**
12. Long-term financial planning: how to talk your **parents** about their **finances**
13. How much house**work** women do
14. **Financial** advice – stay at home mom
15. Child free by choice: why I don`t want **kids**
16. Parenting tips on chores for **kids** and the **working** mom
17. 9 educational toys that teach **kids** about **money**
18. 4 times it`s OK to lie to your **kids** about **money**
19. The key to teaching **kids** about **money**
20. What you need to know about getting pregnant on the **job**

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

21. How I hope with **working-mom** guilt
22. Gifts **kids** will love
23. Little **money** lessons for little people
24. I'm spent – confessions of one tired mom
25. Why I'm front-loading school costs
26. How much is that a worth?
27. One mom's Olympic-size budget
28. Book review: mean moms rule
29. Babysitter backup plan
30. The cost of raising a second **kid**

Заголовки статей сайта <https://www.modernmom.com>

### «Parenting»

1. Is my **child** being bullied? How do I help?
2. How to save your **kid** from drowning
3. I want to tell you how it feels to be the mom of bullied **kids**
4. 10 things to know before bringing home a new **baby**
5. Should you ever discipline another parent's **child**?
6. 10 ways to help your **child** become a better writer
7. Early signs of mental illness in **children**
8. Signs that **baby** is cutting teeth
9. **Children** & hot tubs
10. **Baby** hair growth
11. Color blindness test for **kids**
12. How to stop **children** falling out of bed
13. Unexpected fevers in **children**
14. **Child** behavior problems with an absent mother
15. Should my **child** get the flu shot?
16. Smartphones and **kids**: worth the wait
17. Getting your **child** to sleep while on vacation

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

18. How to make your **baby** a genius while inside the womb
19. How to burp a **baby** fast
20. 20 more lies I tell my **kids**
21. 101 ways to make a difficult divorce easier on your children
22. Safe sleeping medications for **children**
23. How to discipline a **child** who shows no remorse
24. **Baby** stages during pregnancy
25. Types of **family** planning
26. **Child** care tips for teething pain
27. A milder fever in **children**
28. Are we raising bubble wrap **kids**?
29. Celebrity **parents** are just like us
30. How to prepare your **child** for a vaccination

Заголовки статей сайта <https://www.dailyworth.com>

### «Health»

1. Health coaches can promote wealth, too
2. Invest in your health
3. Your lack of sleep is costing you
4. Health care is self-care
5. What is really like to be a pumping mom at **work**?
6. 10 questions to ask your doctor before a major surgery
7. 7 ways to reduce stress at **work**
8. Should you get a health savings account?
9. How getting sick affects your **finances**
10. The true cost of end-of-life care
11. How your health affects your long-term wealth
12. How changes to the affordable care act will affect birth control choices
13. Why I quit my **job** after maternity leave
14. How to get out of medical debt

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

15. The reality of having ADHD at **work**
16. Sleeps absolutely needs to be a priority
17. The most common life insurance mistakes
18. Top exercise Apps cheaper than spin class
19. Economic reasons why rape is not reported
20. How long should you power nap?
21. The health benefits of being sexually active
22. Cheap ways to get healthy
23. 4 ways to beat job stress and prolong your **career**
24. 9 lessons about health care, health insurance and the cost of being healthy
25. Habits that cause stress and how to avoid them
26. How to deal with **money** anxiety disorder
27. 9 ways to save **money** while eating healthy
28. Health tips for a caregiver on how to take care of herself
29. If you get Ebola, will treatment be covered by insurance?
30. The truth behind the unhealthy foods in your **work** environment

Заголовки статей сайта <https://www.modernmom.com>

### «Health & Fitness»

1. Brooke Burke`s favorite recipes
2. How to alternate tylenol and motrin foe a fever
3. Fitness tips, recipes and eating plan
4. What are signs of exercise addiction?
5. 5 reasons to workout
6. Vomiting in **children** with fever
7. Dandruff remedies for **kids**
8. How to treat a grease burn on your hand
9. How long does it take to walk 2 miles on a treadmill?
10. **Working** your core during pregnancy
11. How does cigarette smoke affect growth?

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

12. When to call a doctor if my **child** is wheezing
13. Advantages of organic food
14. Hand pain and high blood pressure
15. Why is yogurt good for women?
16. Stress effects on birth control
17. 5 metabolism boosting foods to add to your diet
18. Summer fitness tips for moms
19. 5 quick and easy exercises at home for a total body workout
20. How much weight can you lose drinking apple cider vinegar?
21. How much should you be curling according to body weight?
22. Effective body exercises you can do at home
23. Pre-pregnancy workout
24. How to get a flat stomach – fast. Might be a food reaction
25. Post pregnancy headaches
26. The calories burned sitting in a steam sauna for 15 minutes
27. How these moms won big bucks for losing weight
28. How to do yoga with your **kids**
29. Influenza prevention
30. Help promote a healthy body image for your **kids**

Заголовки статей сайта <https://www.modernmom.com>

### «Money»

1. Nursing mothers granted tax break
2. 10 tips to manage your household budget
3. 6 **money** saving tips for new moms
4. Seven steps to save more at the grocery store
5. 6 ways to save **money** on activities for your **kids**
6. 6 things you should never say to your **financial** advisor
7. How to teach **kids** about **money**
8. Nine **money**-making ideas every mom should know about

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

9. Four **money** traps every mom should know
10. Four ways to avoid the **money** traps at the supermarket
11. 12 hot websites to save **money**
12. Put your **money** to **work**
13. How to raise **money**-smart **kids**
14. New year, new ways to save **money**
15. Stay on top of your finances: plan ahead
16. How to feed a large **family** on a budget
17. The 4 point attitude shift to playing bigger
18. Mommy`s little tax deduction
19. How to baby-proof your bank account
20. Beginner couponing traps – Don`t be tricked!
21. Woman, **money**, and why asking for more is always a good idea
22. Your **financial** therapist goes to boot camp
23. Top three reasons moms overspend & how to cut it out
24. Show me the coupons!
25. What is your **money** type?
26. The C word – let`s talk about coupons
27. 5 ways to invent **money** in the bank
28. Five BIG **money** mistakes woman make in divorce
29. Cash or credit: does your spouse question your charges?
30. Become a MOMPreneur

Заголовки статей, взятые для анализа с сайта <https://www.dailyworth.com>

### «Money»

1. How to save **money** on your cable bill
2. 10 best **finance** book for women
3. Yes, **money** can buy happiness
4. Make extra **money** with these 5 summer side gigs
5. Should you prioritize earning more or saving more **money**?

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

6. 5 smart **money** tips for new **parents**
7. 5 things that will help you stick to a budget
8. Less **money** doesn't have to mean more problems
9. Why women need to take more control on their **money**
10. My husband knew nothing about our **finances**
11. I'll never make the same **financial** mistakes my parents did
12. How can I help my child prepare **financially** for college?
13. 4 best apps for reaching **kids** about **money**
14. How to save **money** on back-to-school shopping
15. How to prepare **financially** for baby
16. How to combining **finances** actually made my marriage better
17. Being happy with your **job** can save you **money**
18. 13 **money**-saving hacks for mom
19. Why women need to take more control of their **money**
20. 5 steps you can take to improve your **financial** situation
21. What I'd teach my daughter about **money**
22. Why you should separate **business** and personal finances
23. Do this one thing today to improve your **finances**
24. Woman share their most important **money** lessons
25. Should you invest **money** or put it toward your mortgage?
26. **Financial** advice
27. 3 apps that help you save **money**
28. The joke about women and **money**
29. 10 apps that will help you save **money** without even realizing it
30. Are you afraid of **money**?

Заголовки статей сайта <https://www.modernmom.com>

«Travel»

1. Getting your **child** to sleep while on **vacation**
2. Helpful hints for **travelling** with a toddler

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

3. 10 packing hacks for your **family** spring break vacation
4. Going on vacation? Here`s how to save big on food!
5. Moms need vacation too
6. Knott`s soak city – super **family** fun
7. Summer fun for your **family** – great wolf lodge
8. 7 ways to make flying with **kids** easier on **parents**
9. 11 tips for travelling with **kids**
10. List for packing a diaper bag
11. How to survive a road trip with your **kids**
12. Tips for road trips with **kids**
13. Organize a **family** vacation – without the hassle!
14. Fun things to do in Las Vegas with **kids**
15. **Business** travel shortcuts for the working **parent**
16. Airplanes, **kids** and moms stuck in the middle
17. 5 tips for looking your best after airplane travel
18. Pregnancy tips for summer travel
19. 5 great apps for traveling with **kids**
20. Last minute holiday travel trip
21. Holiday travel survival skills every mom needs
22. Summer time, travel and tablets
23. How to calm young **children** while traveling on an airplane
24. How to travel with **baby** milk
25. Air travel when pregnant
26. The stress of travelling with the **family**
27. Best hotel chains for traveling with **baby**
28. Have **kids** will travel: best invention for airline travel
29. Travel tips at 34 weeks pregnant
30. First trimester pregnancy & air travel tips

Заголовки статей сайта [www.dailyworth.com](http://www.dailyworth.com)

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

### «Travel»

1. Saving **money** with off-season travel
2. Spending your holiday budget on a vacation instead of gifts
3. How to get the most comfortable airline seat
4. Five getaways, one carry-on: a packing guide
5. Unexpected expert travel tips
6. 5 budget vacation ideas for your next trip
7. 20 affordable and exceptional vacation ideas
8. One trick to make your next flight better – and cheaper
9. How to save on a rental car
10. 5 off-season travel destinations
11. 5 apps to download before your next trip
12. Tips for budget travel
13. Pay less for hotel, motel, travel lodging
14. Spring travel ideas and what to pack
15. Make airport travel easier
16. How to stay safe traveling
17. Five getaways, one carry-on: a packing guide
18. How to be a tourist in your own town
19. 8 budget destinations that don't feel that way
20. Time your travel to save big bucks
21. 8 travel apps that will save you **money**
22. Travel in style
23. Insider's guide to luxe stays for less
24. The best Caribbean getaway you've never heard of
25. 6 tips for spending less on skiing
26. Start planning next summer now
27. Last minute deals on trips
28. Two sites to make any trip better

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

29. Find your best hotel rewards

30. Three budget-happy summer outings

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Заголовки статей с главной страницы сайтов <https://www.dailyworth.com> и <http://www.modernmom.com>

Заголовки статей сайта <https://www.dailyworth.com>

3.02.18

1. 6 important **money** strategies for single-income couples
2. How taking a year-long vacation can boost your **career**
3. How our **family** emphasizes giving, not getting, during the holidays
4. How to stay on budget while visiting **family**
5. 3 tips for planning your holiday budget
6. The spending chronicles: «I'm a freelancer and artist, and my wife is a cook»
7. How to protect your **kids** from identity theft
8. Meeting the crippling costs of **childcare**
9. 4 budget-friendly ways to prepare your house for winter
10. 5 soft skills you need to perfect before negotiating
11. What it's likely to be a **working** father
12. Brokerage firms increasingly catering woman
13. Are you and your sweetheart **financially** compatible?
14. What health exchanges mean for you
15. Returning to **work** after maternity leave
16. The total amount of credit scores you have
17. The best ways to make extra **money** by freelancing, telecommuting, or starting a side **job**
18. Inspiring quotes from women about **money**, wealth, and power
19. How good are you with **money**?
20. President Donald Trump and your taxes
21. 7 ways to save **money** during the holidays
22. The best budgeting apps and spending trackers for iOS and Android

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

Заголовки статей сайта <https://www.dailyworth.com> 11.02.18

1. Do you have to pay taxes on side gig
2. Brokerage firms increasingly catering woman
3. What is really like to **work** full-time and be a mom
4. 5 tax things to do for your **business**
5. I'm a freelancer and artist and my wife is a cook
6. How to protect your **kids** from identity theft
7. The **financial** lessons we're thankful for
8. How taking a year-long vacation can boost your **career**
9. Is black Friday worth it?
10. How I recovered from a lowball salary
11. Meeting the crippling costs of **childcare**
12. 5 soft skills you need to perfect before negotiating
13. 15 tips for building an online personal brand
14. Should you use credit card balance transfers?
15. What my dream retirement looks like
16. Inspiring quotes from women about **money**, wealth, and power
17. The best ways to make extra **money** by freelancing, telecommuting, or starting a side **job**
18. What **health** exchanges mean for you
19. 4 budget-friendly ways to prepare your house for winter
20. Returning to **work** after maternity leave
21. 6 important **money** strategies for single-income couples
22. How taking a year-long vacation can boost your **career**
23. 7 ways to save **money** during the holidays

Заголовки статей сайта <https://www.dailyworth.com> 17.02.18

1. What bitcoin reminds us about investing basics
2. Do you have to pay taxes on side gig

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

3. Brokerage firms increasingly catering woman
4. What is really like to **work** full-time and be a mom?
5. 5 tax things to do for your **business**
6. I'm a freelancer and artist and my wife is a cook
7. What it's likely to be a **working** father
9. How taking a year-long vacation can boost your **career**
10. How to protect your **kids** from identity theft
11. The financial lessons we're thankful for
12. Is black Friday worth it?
13. Meeting the crippling costs of **child**care
14. How I recovered from a lowball salary
15. 4 budget-friendly ways to prepare your house for winter
16. 5 soft skills you need to perfect before negotiating
17. 7 ways to save **money** during the holidays
18. 15 tips for building an online personal brand
19. Should you use credit card balance transfers?
20. Returning to **work** after maternity leave

Заголовки статей сайта <http://www.modernmom.com> 11.02.18

1. Moms helping **kids** pursue their dreams
2. Signs of water breaking in pregnancy
3. **Stepchild** to stepmom: How to do it better
4. What to feed a toddler with the flu
5. Signs that your toddler has been touched inappropriately
6. Teresa Strasser: love, comedy, a book and a **baby**
7. How to stop bleeding during pregnancy
8. Cooking with young **children**
9. Painful intercourse during pregnancy
10. How to know if a married man hides his feelings for you

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

11. What are the functions of flour in baking?
12. Is it to feel a slight pain in the side when pregnant?
13. How to spot a **child** molesters tricks
14. Signs you're having a miscarriage
15. Different kinds of texture for **children**
16. Do you have to refrigerate glazed donuts?
17. Can I use baking powder to thicken sauce?
18. Trouble breathing while pregnant
19. Schools for **kids** with ADHD
20. When can a **baby** hear in the womb?
21. Factors that affect the health & physical development of **children**

Заголовки статей сайта <http://www.modernmom.com> 03.02.18

1. How to make a candy necklace
2. Moms helping **kids** pursue their dreams
3. Signs of water breaking in pregnancy
4. When should you give a pacifier to a **baby**
5. Tight clothes during pregnancy
6. When can a **baby** hear in the womb?
7. **Stepchild** to stepmom: How to do it better
8. How to stop **child** bedwetting
9. How to stop bleeding during pregnancy
10. Night sweats during pregnancy
11. Painful intercourse during pregnancy
12. What to feed a toddler with the flu
13. Is it safe to color your hair while breastfeeding?
14. What can I substitute for butter when making frosting?
15. How to take wrinkles out of polyester with steam
16. Abdominal pain on the left side in pregnancy

## Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

17. How to fade hair color quickly beauty
18. How to cook London broil in an electric pressure cooker
19. Strep throat symptoms in **babies**
20. Vomiting in **children**
21. 10 tips to help **kids** with autism cope with divorce
22. Sport camps for **kids**

Заголовки статей сайта <http://www.modernmom.com> 17.02.18

1. 10 things you swore you'd never said
2. Home 10 tips to manage your household budget
3. 10 things to not touch if you want to avoid the flu
4. How to get your **child** to eat healthy food
5. Black bean and corn veggie burgers
6. Diet during pregnancy
7. The stages of labor during pregnancy
8. When should you give a pacifier to a **baby**
9. Tight clothes during pregnancy
10. Moms helping **kids** pursue their dreams
11. Signs of water breaking in pregnancy
12. When can a **baby** hear in the womb?
13. **Stepchild** to stepmom: How to do it better
14. What to feed a toddler with the flu
15. How to stop **child** bedwetting
16. How to stop bleeding during pregnancy
17. Painful intercourse during pregnancy
18. What happen when you mix lemon juice with baking soda?
19. **Baby** brain development in the womb
20. Advantages and disadvantages for **children** in a single **parent family**
21. Tricks to get pen strains out of lights clothes
22. 20 things I wish I knew before I had **kids**