

ОБ'ЄКТИВАЦІЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ АНГЛОМОВНИМИ АТРИБУТИВНИМИ СПОЛУЧЕННЯМИ, ЩО ПОЗНАЧАЮТЬ ПРИРОДНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛЮДИНИ

Наше дослідження присвячене аналізу сполучуваності атрибутів гендерно маркованих номінацій, що позначають природні властивості референтів чоловічої та жіночої статі в англomовному публіцистичному дискурсі кінця ХХ – початку ХХІ століття. Розглядається здатність публіцистичного дискурсу до відображення та формування соціокультурних стереотипів, у тому числі гендерних.

Розвідки у сфері гендерної лінгвістики визначаються актуальною антропоцентричною спрямованістю, що уможлиблює всебічний аналіз гендерних концептів у мові та мовленні. На особливу увагу заслуговує вивчення англomовного публіцистичного дискурсу, який формує та відбиває гендерні стереотипи масової свідомості.

Мета роботи полягає в аналізі сполучуваності атрибутів гендерно маркованих номінацій, що позначають природні властивості референтів, доступні суб'єкту дискурсу в чуттєвому досвіді. *Об'єктом* дослідження є прагматично та дескриптивно орієнтовані атрибутивні словосполучення, що репрезентують гендерні відносини в англomовному публіцистичному дискурсі. *Предметом* вивчення виступають гендерні характеристики референтів чоловічої та жіночої статі.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній уперше аналізується вербалізація гендерних стереотипів атрибутивними словосполученнями, що функціонують у сучасному англomовному публіцистичному дискурсі.

Матеріал дослідження становлять 2000 фрагментів англomовного публіцистичного дискурсу кінця ХХ – початку ХХІ століття, що містять гендерно марковані атрибутивні словосполучення (далі ГМАС), які відбивають характеристики чоловіка і жінки.

Дискурс розуміємо у межах інтеракційної моделі комунікації як мовленнєво-комунікативну діяльність, що протікає у широкому соціокультурному контексті та є сукупністю процесу і результату [1: 28], частину мовленнєво-комунікативного процесу, у якому індивіди конструюють власні смисли [2: 146-147]. Окрім суто лінгвального, дискурс має зовнішній екстралінгвальний та внутрішній лінгвокогнітивний виміри. Зовнішній екстралінгвальний вимір дискурсу відбиває комунікативну ситуацію в усьому розмаїтті її антропоцентричних, етнографічних, соціологічних, психологічних, культурологічних складових, а внутрішній лінгвокогнітивний контекст постає ментальним відображенням зовнішнього [3: 16]. Внутрішній контекст дискурсу (за М.Л. Макаровим – когнітивно-прагматичний контекст) містить "знання, вірування, уявлення, наміри в їхньому відношенні до комунікантів, дискурсу, реального та можливого світів, до культурної ситуації, статусно-рольових стосунків учасників, способу комунікації, стилю дискурсу, предмету й реєстру спілкування, рівня формальності інтеракції, фізичного й психологічного стану – усіх аспектів контекстуальності" [4: 150].

Лінгвальний план публіцистичного дискурсу проявляється в його мовних засобах, серед яких найбільший інтерес для нас становлять атрибутивні гендерно марковані сполучення, які репрезентують стереотипні уявлення про маскуліність та фемінінність в англomовній лінгвокультурі.

Екстралінгвальний план охоплює інформацію про продуцента (статус, політична спрямованість, ідеологічна забарвленість видання, колективне авторство, оперативність створення й споживання тексту, періодичність, використання інших, первинних текстів: документів, прес-релізів, інтерв'ю, повідомлень інформаційних агентств тощо) та інтерпретатора/-ів (орієнтація на масову/ жіночу/ чоловічу/ молодіжну/ дитячу тощо аудиторію) [5: 45].

Лінгвокогнітивний план реалізується у когнітивних моделях, що репрезентують усю екстралінгвальну інформацію у мовній свідомості індивіда та впливають на породження та сприйняття дискурсу, обумовлюючи, зокрема, й вибір мовних засобів [6].

Мовні засоби публіцистичного дискурсу концентруються на формуванні таких аспектів висловлювання, як інформування та вплив. Інформаційна орієнтація публіцистичного дискурсу пов'язана з документальністю, об'єктивністю, фактуальним викладом інформації, офіційністю, логічністю та аргументативністю. Аспект впливу проявляється через оцінку, авторське відношення до змісту висловлювання, імперативність, образність [6: 45].

Фахівці звертають увагу на те, що тексти публіцистичного дискурсу як частина масової комунікації, з одного боку, відображають стереотипи масової свідомості, а з другого – формують їх, нав'язуючи індивіду певні смаки, життєві пріоритети, моделі поведінки, у тому числі мовленнєвої. Так, наголошують, що лексичні засоби (в нашому випадку – атрибутивні словосполучення (АС)), які

використовує індивід при породженні та інтерпретації дискурсу, відбивають світогляд людини, а отже, і "стереотипи національних характерів", внутрішній світ людини, знання та уявлення, які складають мовну картину світу [7: 185].

Таким чином, у нашому дослідженні публіцистичний дискурс розуміємо як інституалізовану мовленнєво-комунікативну діяльність, що реалізується у межах публіцистичних засобів масової інформації. Здатність публіцистичного дискурсу до відображення та формування соціокультурних стереотипів, у тому числі гендерних, робить його найбільш адекватним матеріалом нашого дослідження.

Синтактика, що опікується вільними словосполученнями, дає уявлення про мовну картину світу представників лінгвокультури. Детальне лінгвістичне дослідження сполучуваності може виявити той образ дійсності, на який людина орієнтується під час комунікації, тобто мовну картину світу учасників комунікації" [8: 10-11].

Вільне словосполучення розуміємо як будь-яке підрядне сполучення слів, що не є фразеологічною одиницею. Вільні словосполучення є "частиною реального висловлювання, обмеженого часом, місцем та метою комунікації, які мовець повторює, відтворює як вже до нього створені у певному суспільстві, відповідно до потреб суспільного життя" [9: 40].

Як мовний знак словосполучення складається з двох структур: структури значення та поверхневої структури, яка має безпосереднє вираження в категоріях граматичної семантики [10: 77].

Атрибутивне сполучення містить семантично незалежне стрижневе слово-іменник і залежний від нього параметризатор, що "є ім'ям певної ознаки, яку знаходимо у денотата головного слова" [11: 113].

Параметризатори відбивають характеристики, приписувані іменнику, оскільки є "семантично підрядними номінації, з якою сполучаються, і за своїми ознаками узгоджуються з нею" [12: 99].

Параметризатор, репрезентований прикметником, діеприкметником, присвійним займенником або іменником у називному чи посесивному відмінках, характеризує референта, відбиваючи сукупність стереотипізованих соціокультурних смислів, пов'язаних з гендерною ідентифікацією індивіда в англомовній лінгвокультурі.

Особливий інтерес становлять прагматично орієнтовані ГМАС, що привносять у предметно-референтну ситуацію емотивно-оцінний компонент як наслідок їхньої експресивності, результату сприйняття суб'єктом дискурсу образної гештальт-структури [3: 128], пор.: *wild animal, young god, self-confessed emotional cripple, busty, black-haired beauty, driving force* тощо.

Однак, деякі природні ГМАС актуалізуються не тільки як прагматично орієнтовані, але й як дескриптивно орієнтовані. Денотат таких ГМАС містить раціонально-оцінний компонент, що кваліфікує референтів і ситуацію в цілому на підставі раціонального знання про біофізіологічні та психологічні властивості чоловіків та жінок, пор.: *robust 74-year old, kittenish brunette, weak 78-year-old* тощо.

Ідеографічна параметризація ГМАС відбиває стереотипні уявлення англомовного суб'єкта дискурсу про соціальні ролі, фізичні, психічні, інтелектуальні властивості, риси характеру й поведінкові характеристики референта [3: 129].

Природні ГМАС охоплюють одиниці, що відбивають неконтрольовані властивості референта, надані йому/їй "від природи" й доступні суб'єкту дискурсу у чуттєвому досвіді. ГМАС цієї категорії поділяємо на природно-естетичні, природно-телеологічні та природно-фізіологічні.

Природно-естетичні ГМАС позначають властивості зовнішності референта, що підлягають естетичній оцінці в термінах **красиво : потворно** [3: 130], пор.: *raven-maned beauty, boring blonde babes, tough diamond, young god, self-important beau* тощо.

Параметризатори природно-естетичних ГМАС переважно подані:

(а) природно-фізіологічними атрибутами:

(1) *Shortly afterwards, a Nigella of Hollywood made her entrance in the form of **busty, black-haired beauty** Catherine Zeta-Jones.*

(The Sunday Times Style, May 2, 2004. – P. 24)

(2) *Robert Parker, **beau**teous enough as the **young god** and his three muses curiously lifeless.*

(The Sunday Times Culture, Oct. 5, 2003. – P. 26)

(б) природно-естетичними атрибутами:

(3) *Bozza's own observation that "**Eminem** embodies the **handsome bad-boy fantasy** that women love".*

(The Sunday Times Culture, Aug. 24, 2003. – P. 38)

(4) *Had she been less attractive, less instantly definable as her heyday's **posh totty**, might she have been happier?*

(The Sunday Times Culture, Oct. 5, 2003. – P. 42)

(в) природно-телеологічними атрибутами:

(5) *But we need a French sex symbol to challenge American hegemony, because it's filling the world with a stream of **boring blonde babes** with perfect breasts and flat bellies.*

(The Sunday Times Culture, Aug. 24, 2003. – P. 8)

(6) *Her friends were the clever satirists about town, her husband a cutting-edge drama producer and her lover the **smouldering intellectual sexbomb**.*

(The Sunday Times Culture, Oct. 5, 2003. – P. 42)

ГМАС цієї групи переважно є вторинними найменуваннями, тобто вони містять асоціативно-образне сприйняття означуваного, й крім оцінного містять також асоціативно-образний компонент. Наприклад, номінація *nymph* у складі АС *delicate woodland nymph* – продукт метафори за участі антропонімічного гештальта, що відсилає до персонажа древньогрецької та римської міфології. Параметризатор представлений позитивно оцінним природно-естетичним атрибутом *delicate*:

(7) *Dressed in a green flowery summer frock, she seems like some **delicate woodland nymph**.*

(The Sunday Times Culture, Aug. 1, 2004. – P. 5)

Номінація *dream* у складі АС *page-bound dream of tranquillity personified and beauty epitomised* репрезентує метафору, що уподіблює людину абстрактному явищу. Параметризатор номінації представлений нейтрально оцінним атрибутом *page-bound*:

(8) *She is a **page-bound dream of tranquillity personified and beauty epitomised***

(Empire, Aug., 2004. – P. 101)

Природно-телеологічні ГМАС відбивають інтелектуальний, вольовий, фізіологічний потенціал референта і підлягають телеологічній оцінці в термінах **ефективно :: неефективно** [3: 131], пор.: *driving force, highly-achieving high flyer, tough negotiator, self-educated intellectual* тощо.

Параметризатори природно-телеологічних ГМАС переважно подані:

(а) соціально-телеологічними атрибутами:

(9) *Abby Bartlet, a doctor, is a **highly-achieving high-flyer**, a Cherie Blair figure who risks her medical licence by treating her husband for his MS*

(The Sunday Times Culture, Feb. 16, 2003. – P. 16)

(10) *He was a **self-educated intellectual**, not unlike Aneurin Bevan, a miner who became the government minister.*

(The Economist, Feb. 6th-12th, 1999. – P. 98)

(б) поведінковими атрибутами:

(11) *Maria, her mother, a beauty and unfaithful wife, was **the driving force** through Wood's young life.*

(The Sunday Times Culture, July 4, 2004. – P. 45)

(12) *He was regarded as a **tough negotiator** but one who kept to arguments*

(The Economist, Feb 6th-12th, 1999. – P. 98)

Образна складова значення природно-телеологічних ГМАС також формується на підставі метафоричної асоціації. Наприклад, номінація *X-ray* у складі АС *groomed social X-ray* є метафорою на ґрунті предметного гештальта, що репрезентує уявлення про здатність референта-жінки за допомогою інтелектуальних та розвинених перцептивних властивостей виявляти реальний стан речей. Параметризатори номінації представлені соціально-телеологічними атрибутами *groomed and social*, які мають позитивну та нейтральну оцінку відповідно:

(13) *Tamara herself has the look and feel of a **groomed social X-ray**, and she feels an affinity with America.*

(The Sunday Times Style, July 13, 2003. – P. 14)

Природно-фізіологічні ГМАС відображають вікові, фізичні властивості референта, що підлягають естетичній оцінці, пор.: *wild animal, frail and weak 74-year-old, outrageous blonde, formidable tennis machine* тощо.

Параметризатори природно-фізіологічних ГМАС подані:

(а) природно-фізіологічними атрибутами:

(14) *An **unusually robust 74-year-old**, Mr. Demiral is one of the great survivors of Turkey's rough game of politics.*

(The Economist, July 24th – 30th, 1999. – P. 31)

(б) природно-телеологічними та природно-естетичними атрибутами:

(15) *She has grown into a **self-possessed, articulate and attractive**, rather than stunning, 20-year-old.*

(The Sunday Times Culture, Apr. 6, 2003. – P. 8)

(в) поведінковими атрибутами:

(16) *Directed by Spike Lee, it sees her playing the sort of **knowing, sexually precocious six-former** who's a nightmare for young male teachers to deal with.*

(The Sunday Times Culture, Apr. 6, 2003. – P. 9)

Номінація *cocktail* у складі АС *roistering cocktail of hormones* є гастрономічною метафорою, що уподібнює референта-чоловіка спиртному напою. Позитивно-оцінний параметризатор *roistering* вказує на міцне здоров'я чоловіка та активну сексуальну поведінку:

(17) *Who would most women choose? A caring, sharing guy who always does the dishes before going to bed, or a roistering cocktail of hormones, like Daniel Craig, who can't wait to get her behind a locked bedroom door, no matter what state the kitchen's in?*

(The Sunday Times Style, Oct. 3, 2004. – P. 14)

Природно-фізіологічна номінація *machine* у складі АС *formidable tennis machine* – метафора, яка уподібнює референта-жінку певному механізму. Позитивно-оцінний параметризатор *formidable* посилює значення номінації, підтверджуючи міць та потужну фізичну силу референта:

(18) *How did the 17-year-old Sharapova manage to outwit the formidable tennis machine. That is Serena Williams?*

(The Sunday Times Culture, July 25, 2004. – P. 13)

Таким чином, вживання будь-яких гендерно маркованих атрибутів у АС відбиває сучасні уявлення суб'єкта дискурсу про типові та бажані якості чоловіка та жінки. Публіцистичний дискурс уможлиблює встановлення змін чи стабільності стереотипів сучасної англомовної лінгвокультури, що визначає перспективи дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Шевченко І.С., Морозова О.І. Дискурс як мисленнєво-комунікативна діяльність // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / Під заг. ред. І.С. Шевченко: Кол. монографія. – Харків: Константа, 2005. – С. 21-29.
2. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации. – К.: КНУ ИИА "Астрей", 1997. – 298 с.
3. Мартинюк А.П. Конструювання гендеру в англомовному дискурсі. – Харків: Константа, 2004. – 292 с.
4. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: ИТДГК "Гнозис", 2003. – 280 с.
5. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века): Научное издание. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 383 с.
6. Дудолова О.В. Динамика языковой репрезентации гендера в английском публицистическом дискурсе (вторая половина XX – начало XXI века). Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Харьков, 2003. – 199 с.
7. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика: Учебник. – М.: Эдиториал УРСС, 2000. – 352 с.
8. Рахилина Е.В. Когнитивный анализ предметных имен: семантика и сочетаемость. – М.: Русские словари, 2000. – 416 с.
9. Тер-Минасова С.Г. Словоупотребление в научно-лингвистическом аспектах: Уч. пособие для пед. ин-тов и филол. фак. ун-тов. – М.: Высш. школа, 1981. – 144 с.
10. Аполлонская Т.А. Семантико-синтаксический анализ именных словосочетаний во французском языке // Проблема слова и словосочетания: межвуз. сб. научн. трудов. – Ленинград, 1980. – С. 75-82.
11. Никитин М.В. Лексическое значение в слове и словосочетании: спецкурс по общей и английской лексикологии. – Владимир, 1974. – 222 с.
12. Потапова Е.И. Атрибутивные сочетания субстантивной номинации 'Lie' с качественными прилагательными // Вісник Харківськ. нац. ун-ту. – 2005. – № 667. – С. 99-102.

Матеріал надійшов до редакції 25.11. 2007 р.

Лукьянова Т.Г. Объективация гендерных стереотипов англоязычными словосочетаниями, обозначающими природные характеристики человека.

Наше исследование посвящено анализу сочетаемости атрибутов гендерно маркированных номинаций, которые обозначают природные качества референтов мужского и женского пола в англоязычном публицистическом дискурсе конца XX – начала XXI столетия. Рассматривается способность публицистического дискурса к отображению и формированию социокультурных стереотипов, в том числе гендерных.

Lukyanova T.H. Gender Stereotypes Objectivation by the English Attributive Word Combinations which Denote Natural Qualities of the Individual.

The object of this paper is to analyse the attributive combinatory of the gender nominations that mark natural qualities of male and female referents in the publicistic discourse of the late XX – early XXI century. The ability of publicistic discourse to the reflection and formation of the socio-cultural stereotypes, gender ones included, is considered.