

## ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА МОДЕЛИРОВАНИЯ ЖЕНСКОГО ОБРАЗА В МУЖСКИХ БЛОГАХ

Устанавливаются особенности моделирования образа женщины в контексте интернет-дискурса, анализируются лексические средства, используемые мужчинами для формирования как негативных, так и позитивных образов противоположного пола. Определены механизмы формирования женских образов с точки зрения мужчин различного возраста в блогосфере. Выявлены и описаны основные факторы, влияющие на моделирование наиболее популярных женских образов и на выбор соответствующей лексики.

С развитием современных технологий происходит трансформация процесса коммуникации и появляется все больше возможностей для самовыражения и самопрезентации. Анонимность в интернет-коммуникации позволяет преодолеть социальные, психологические и личностные барьеры. Гендерные аспекты в блогосфере изучаются в таких работах, как [1; 2] и других

В нашем исследовании рассматривается речевое поведение мужчин по отношению к женщинам в контексте блог-коммуникации, что при условии анонимности позволяет провести более объективный и полноценный анализ лексических средств. Цель работы – установить лексический инструментарий формирования женских образов в мужских блогах. Объект – блог как особый жанр интернет-коммуникации; предмет – лексические единицы, посредством которых мужчины моделируют образ женщины. В качестве фактического материала (40 текстов) был использован контент трех популярных русскоязычных мужских блогов.

В ходе анализа популярных мужских русскоязычных блогов были выделены как положительные, так и отрицательные женские образы. Под «положительным» образом понимается наиболее привычный, одобряемый большинством мужчин образ, характеризуемый набором общепринятых социумом позитивных качеств (рис. 1). В основу отрицательного образа, наоборот, положены порицаемые обществом характеристики (рис. 2). Однако на его формирование оказывает сильное влияние субъективная оценка, обусловленная предыдущим опытом мужчины.



Рис. 1. Характеристики, формирующие «положительный» образ женщины в мужских блогах, %

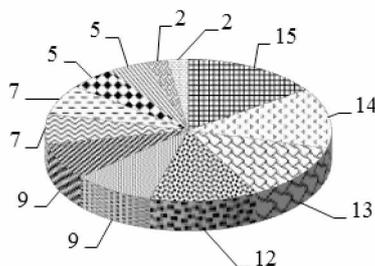
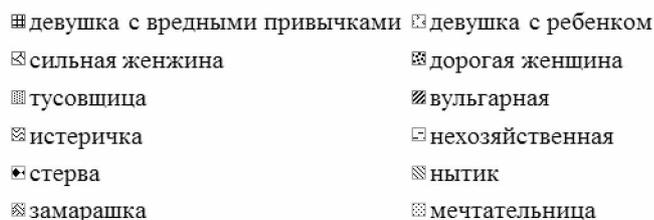


Рис. 2. Характеристики, формирующие «отрицательный» образ женщины в мужских блогах, %

В большинстве случаев мужчины придерживаются традиционного образа женщины: привлекательная внешность, отсутствие вредных привычек, высокие моральные качества, подчеркнутая феминность, способность вести быт и выполнять супружеские обязанности, образованность, отсутствие токсичного окружения, широкий кругозор, незначительное количество или полное отсутствие предыдущих ухажеров. Именно такой образ женщины возводится в абсолют: «Настоящая женщина старается нравиться своему единственному мужчине, а не всем и безусловно признает авторитет и главенство мужа». Одновременно образы, отличные от идеала, либо порицаются, либо игнорируются:

«Раздражает огромное количество подруг этих, неприкрытая меркантильность, прощупывание на спонсорство со стороны малознакомых женщин и демонстративная сексуальность»;

«Если женщина имеет завышенные потребности и создать семью для нее не главная задача, то и тратить время на нее не стоит».

Положительный образ женщины в первую очередь, по мнению мужчин, предполагает ее юный возраст (19 %), так как они считают, что молодость и красота являются важными факторами в выборе партнерши или временной спутницы:

«Конечно, лучше взять в жены молодую хорошую девчонку, если есть возможность»;

«Сияющая улыбка красивой девушки стоит больше, чем образование или должность, которые у нее могут быть».

Более того, особа помладше считается податливой, и мужчина с легкостью сможет воспитать ее исходя из своих предпочтений. Даже мужчины за сорок подчеркивают, что хотели бы встречаться с молодыми женщинами.

В отношении положительного образа женщины мужчины в основном делают упор на такие моральные качества, как верность (14,7 %), умение понять (16 %), лояльность и терпимость (11,7 %):

«Настоящая женщина всегда *лояльна по отношению к своему мужу* и его стратегическим интересам и *уважает мужчину* уже просто потому, что он мужчина»;

«Моя жена *порядочная и верная*, вижу ее любовь».

Внешность занимает вторые позиции:

«Я за тело, главное, чтобы *красивая* была»;

«Идеальная женщина – это *сексуально привлекательная особа*, которая мыслит, как мужчина».

Также часто встречается образ сильной женщины (12,9 %), однако он рассматривается мужчинами как негативный:

«*Бесит этот карьеризм и феминизация* (молодое поколение заражено на 99,9 %)»;

«*Карьеристка, помешанная на деньгах*. Ей нужен достойный, а достоинство измеряется лишь бабосами».

Представители сильного пола выражают свою неприязнь к «карьеристкам» и подчеркивают, что они в основном «мужеподобные».

Наиболее критикуемыми образами стали девушки / женщины с вредными привычками (15,2 %): «Для меня *куращая женщина* – это *вульгарщина* какая-то...желтые зубы, вонь изо рта»; «*Женщина, которая пьет или курит, или все одновременно, не пригодна к отношениям или браку*»; «сложным» характером (6,8 %): «Мужики и так недолго живут, чтобы еще тратить нервы на *истеричных женщин*»; «От жены просто тошнит, когда она *пилит по любому поводу*»; внешними недостатками (2,3 %): «Она прямо полный набор: *грязнуля и толстуха!*»; «Ужасно боюсь, что в будущем жена будет *уродина*» или уже состоявшие в браке и имеющие ребенка (13,7 %): «*Разведенка с прицепом*, как принято ее называть, – это болезненное проявление именно нашего времени, в котором упало значение семейных ценностей, рухнули идеалы “семьи на всю жизнь”, семейного, полноценного воспитания детей», «В случае женитьбы на *разведенной женщине с ребенком* возможна масса подводных камней».

В целом формирование отрицательных образов основано чаще всего на предыдущем негативном опыте человека. Мужчины перечисляют типы женщин, которые им не подошли, находят те качества, которые их не устраивали, и обобщают данную информацию в описании нежелаемого образа:

«Раздражают все эти бабы, *все как одна жирные с короной на голове*»;

«Раздражает: *пирсинг, непонятный маникюр на руках*, особенно когда ногти подтачивают как пики. А под всеми этими когтями, накладными ресницами и косами, тоннами *штукатурки* обычно скрывают сильно несвежую тушку».

В 33 % случаев женщин критикуют именно неженатые мужчины в возрасте от 28 до 39 лет. Предположительно, их знания основаны на предыдущем печальном опыте.

В целом количество отрицательных женских образов, моделируемых мужчинами в блогосфере, перевешивает число положительных

(60 и 40 % случаев соответственно). К критике мужчины склонны немного больше, и лексические средства, которые они используют для создания негативного образа, более разнообразны и многочисленны.

Для создания положительного образа женщины в 71 % случаев и отрицательного в 45 % случаев мужчины используют оценочную лексику (*феминизированная, старая дева, унылая, манипулирующая, необязательная, неопрятная, ласковая, цивилизованная, с чувством юмора, домовитая* и др.), к примеру: «Настоящая *старая дева* должна быть заиклена на чем-то, что не делает возможным ее отношения с кем-либо» или «Как можно уважать женщину, которая позиционирует себя как *феминизированная*?».

Также мужчины используют практически одинаково незначительное количество таких фразеологизмов, как *копейку бережет, хранит очаг, пуп Земли, синие чулки* и др. для построения положительных (6 %) и отрицательных (3 %) образов как, например, в следующих контекстах: «Капризна и обидчива, имеет переменчивый характер, считает себя *пупом земли* и центром вселенной, а также – крайне требовательна» (отрицательный образ); «Хорошо и правильно, если муж материально обеспечивает свою семью, а жена *хранит очаг*» (положительный образ).

При создании негативных образов мужчины в 10 % случаев прибегают к жаргонизмам (*королевишна, нафуфыренная, мамочница, принцездалка* и др.): «Вся из себя *нафуфыренная*, на каблучищах, в юбочке короткой, постоянно двусмысленно шутит», в 21 % случаев – к просторечиям (*выносит мозг, илется по клубам, овца, фифа, деревенщина* и др.): «Если она привыкла лишь *илется по клубам* да кабакам, то занять свои мозги (вернее, свою душу) ей будет нечем», «Она – *фифа* в стразах и с губами на пол-лица»; в 19% – случаев к экспрессивной разговорной лексике (*бабий визг, офисные курицы, психовать, шастает, бабцы, мамыши* и др.): «Поэтому особе женского пола надо постоянно указывать на ее и свой реальный вклад, ставить на место, это обязанность мужчины, и несмотря на *бабий визг о том что ее унижают*, она такого мужчину будет любить и уважать»; «Выйдешь на улицу, одни *мамыши с прицепами гуляют*».

Одновременно для моделирования положительных образов больше всего (16,3 %) используется экспрессивная лексика (*волшебница, королева, царица* и др.), к примеру: «Эта *волшебница* (без шуток) почти вылечила мое больное сердце»; «Она убивает в себе ту *королеву*, в которую ты влюбился когда-то». Разговорные единицы (*красотка, глупышка* и др.) как в контекстах «У нас на работе появилась 19-летняя *красотка*, жгучая брюнетка с зашкаливающей сексуальностью» и «Таким образом, каждому сильному и умному мужчине всегда найдется добрая *глупышка*» составляют 4 %, просторечия (*родительница, годная, заводит потомство* и др.), например, «Не будет *годная баба* сожительствовать постоянно, не знаю, кто такие годные бабы, а вот годная особь женского пола делает то, что ей велит её муж, этим она от негодной и отличается» или «...любит детей и *заводит потомство* только с согласия мужчины» не превышают 6 % лексики, а жаргонизмы вовсе отсутствуют.

Таким образом, в зависимости от субъективной оценки, личного отношения, общепринятого мнения и предыдущего опыта мужчины используют разные лексические средства для моделирования образа женщины. Жаргонизмы, просторечия, разговорная лексика (в 73 % случаев) актуализируют неодобрение, агрессию, неприязнь и негативное отношение. Экспрессивная лексика (в 40 % случаев) в данном контексте служит для выражения позитивного отношения, а оценочная (в 50 % случаев) выступает в роли нейтральной.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Гукосьянц, О. Ю.* Механизмы самопрезентации мужчин в англоязычной компьютерно-опосредованной коммуникации / О. Ю. Гукосьян // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. – Сер. 2, Языкознание. – 2014. – № 2 (21). – С. 95–102.
2. *Жукаускаене, Т. С.* Образ женщины в современном русскоязычном блоге / Т. С. Жукаускаене, Н. А. Мишанина [Электронный ресурс] / Научная электронная библиотека «Киберленинка». – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/topologiya-diskursa>. – Дата доступа : 02.04.2018.

The peculiarities of woman representation in male blogs in the context of Internet discourse are examined. The linguistic means used by males to create the woman's positive and negative images are analyzed. The mechanisms as well as the factors of image formation are defined.

**А. Э. Иванов** (Минск, МГЛУ)

## КООПЕРАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ИХ ЯЗЫКОВАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ В ДИАЛОГАХ КИНОДИСКУРСА НА АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

В статье на материале диалогов, взятых из художественных фильмов на русском и английском языках, рассматривается проблема кооперативного поведения участников ситуаций обиходно-бытового общения, а также наиболее распространенные кооперативные стратегии, их тактическая актуализация и языковая реализация. В результате сопоставительного анализа выявлен ряд сходств в коммуникативном поведении участников кинодиалогов. Наиболее употребительными являются стратегии солидаризации, искренности, повышения статуса коммуникативного партнера и самопрезентации, а также создания позитивной тональности общения. Отличия в поведении русскоязычных и англоязычных коммуникантов локализируются в потенциально различном наборе тактик актуализации данных стратегий.

Коммуникативное пространство обиходно-бытовой речи, репрезентированной в данном исследовании в кинодискурсе на русском и английском языках, по утверждениям многих отечественных и зарубежных ученых, можно разделить на две зоны, представляющие собой следующую оппозицию: кооперативное, или гармоничное, общение и конфликтное, или дисгармоничное, общение [1; 2; 3]. В основе приведенной выше диады находится представление о том, что человеческое поведение обладает таким свойством, как биполярность, основополагающими программами которого являются, с одной стороны, агрессия и эгоизм по отношению к коммуни-