

УДК 811.161.1'23'37

В.А. Ефремов, д-р филол. наук, доцент кафедры русского языка РГПУ им. А.И. Герцена
(e-mail: valef@mail.ru)

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ КАК ЭЛЕМЕНТ КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИИ

В статье представлена типология подходов к концептуализации в современных лингвистических и когнитивных исследованиях, а также обнаружена ключевая роль гендерных стереотипов (как вербализованных, так и невербализованных) в концептуализации представлений о мужчине и женщине. Гендерные стереотипы рассматриваются как базовые когнитивные единицы, на основе которых формируется представление о гендерной стратификации общества.

Ключевые слова: концептуализация, лингвистический стереотип, гендерный стереотип, концепты «мужчина» и «женщина».

Проблема соотношения когнитивной и языковой картин мира, концептуальных систем и языковых структур, роли языка в процессах познания и осмысления мира, а также в его концептуализации и категоризации – это вопросы, которые занимают современную когнитивную лингвистику и стимулируют возникновение новых способов и методик их решения. И если исходить из того, что «языковая структура зависит от концептуализации, которая, в свою очередь, является результатом опыта в освоении человеком себя и окружающего пространства, а также отношений к этому внешнему миру» [5], то необходимо определить, что представляет собой концептуализация как когнитивный процесс.

Термин «концептуализация», активно использующийся в отечественной лингвистической литературе с начала 90-х годов XX в., относится к разряду востребованных и актуальных, но, как и большинство терминов когнитивной лингвистики, не имеет однозначного определения. В самых общих чертах под концептуализацией понимают осмысление поступающей информации, мысленное конструирование предметов и явлений, которое приводит к образованию определенных представлений о мире в виде концептов как фиксированных в сознании человека смыслов.

В современной лингвистике можно выделить шесть разных, хотя и неизбежно пересекающихся, точек зрения на концептуализацию.

1) Концептуализация как «классифицирующий процесс, в результате кото-

рого минимальные ментальные единицы упорядочиваются в целые когнитивные системы» [8]. Сторонники такой точки зрения рассматривают концептуализацию как некоторый «сквозной» для разных форм познания процесс структурирования уже имеющихся знаний и возникновения разнообразных когнитивных структур новых знаний на базе сформированных ранее минимальных концептуальных единиц. Однако такой подход, апеллирующий исключительно к «классифицирующей функции» когнитивных единиц и почти игнорирующий языковые структуры, характерен прежде всего для логиков и философов.

2) Концептуализация как членение отраженной сознанием действительности с помощью языка. Такой подход также подразумевает обращение к классифицирующей функции концептуализации: «каждый естественный язык отражает определенный способ восприятия и организации (=концептуализации) мира» [1], однако первичными объявляются языковые знания, которые и структурируют действительность с помощью концептов. Этот взгляд характерен для Московской семантической школы, в рамках которой концептуализация рассматривается как набрасывание «классификационной сетки» языка на отражаемый мир.

3) Концептуализация может обозначать любой аспект человеческого опыта, включая понимание природного, лингвистического, социального и культурного контекстов. В лингвистике такое широкое представление о концептуализации характерно для когнитивной грамматики,

которая приравнивает ее к значению в целом: согласно Р.В. Лэнгакеру, процесс концептуализации характеризует субъективную природу значения и представляет собой комплексное понятие, включающее в себя сенсорные, эмотивные и кинестетические ощущения, а также социальную и лингвистическую информацию: «Семантические структуры – это акты концептуализации, используемые в лингвистических целях как значения лингвистических выражений, например, слов, словосочетаний, предложений» [12].

Одновременно Лэнгакер пытается связать концептуальную деятельность напрямую с нейрофизиологическим механизмами, утверждая, что в концептуализации нет ничего таинственного: это простая когнитивная обработка (иными словами, нейробиологическая деятельность). «Осуществление конкретной концептуализации или обладание определенным ментальным опытом характерно для некоторого сложного «когнитивного события» (сводящегося в конечном итоге к координированному взаимодействию нейронов)» [11].

5) Наиболее общий лингвистический подход к концептуализации представлен в работах известного американского лингвиста-когнитолога Л. Талми: «Концептуализация, обнаруживаемая в языке, в широком смысле рассматривается как продукт мыслительных процессов человека и "привязывается" к экстралингвистическим явлениям (там, где возможно такое отношение), а не выводится из предполагаемых структур, свойственных подобным экстралингвистическим явлениям, и действительно принимается языком» [20].

б) В последнее время для того чтобы разграничить индивидуальный и социальный (обусловленный во многом этнолингвистической спецификой) процессы познания окружающей действительности, в ряде работ западных этнопсихологов, когнитологов и лингвистов вопросы концептуализации связывают с так называемой «социальной когницией» (social

cognition), под которой понимают совокупность процессов в сознании индивидуума, которые протекают под влиянием внешних факторов, связанных с результатами деятельности социума. При таком подходе социальную (в иных терминах – коллективную, культурную) концептуализацию интерпретируют не столько как когнитивный процесс, сколько как результат этого процесса во всем его многообразии. Так, в исследованиях австралийского ученого Ф. Шарифьяна такие понятия, как когнитивная схема и когнитивная категория, интерпретируются как различные типы («культурной») концептуализации.

В его же работах соотношение ментального и лингвистического представлено следующим образом: «Язык служит в качестве «банка памяти» для культурных концептуализаций его носителей, как в прошлом, так и в будущем» [19]. При таком подходе социальная когниция рассматривается как «сложная адаптивная система», а концептуализация – как способ толкования людьми, принадлежащими различным культурным группам, собственного опыта и разнообразных точек зрения на мир. Интересно, что при подобной интерпретации взаимодействия языка и когниции Ф. Шарифьян активно ссылается на работы Л. С. Выготского.

При этом исследователь, в отличие от логиков и лингвофилософов, подчеркивает, что культурная концептуализация существует в первую очередь благодаря языку: «лексические элементы человеческих языков следует рассматривать как способы «схватывания» и хранения культурных концептуализаций» [19].

5) Концептуализация – это еще и объективация в каждом конкретном высказывании элементов концептуальной картины мира и отдельных концептов. При таком, когнитивно-коммуникативном, подходе под процессом концептуализации понимается «определенный способ обобщения человеческого опыта, который говорящий реализует в данном высказывании. Ситуация может быть одна и

та же, а говорить о ней человек умеет по-разному, в зависимости от того, как он ее в данный момент представляет – и вот эти представления как раз и называются концептуализацией» [15]. Данная интерпретация концептуализации как исключительно коммуникативно значимого процесса не является неожиданной: и в Московской семантической школе, и в Школе логического анализа языка широко используется представление о «наивной картине мира» как медиаторе действительности и смысла.

б) Самым распространенным в отечественной когнитивной лингвистике является понимание концептуализации как процесса когнитивной деятельности человека, приводящего не только к возникновению ментальных единиц, отражающих информацию и фрагменты реального мира как через язык, так и через другие ментальные репрезентации, но и к «образованию концептуальных структур и всей концептуальной системы в мозгу (психике) человека» [9]. Таким образом, концепт – это всегда результат концептуализации. Вместе с тем итогом концептуализации могут становиться и иные единицы ментальной природы: как более мелкие, чем концепт (концептуальные признаки), так и более крупные (суперконцепты, фреймы, категории и др.).

Таким образом, концептуализацию можно представить, с одной стороны, как процесс структурирования знаний, включающий в себя выделение относительно простых концептуальных составляющих общего представления об объекте, выявление отношений и взаимосвязей между этими составляющими; а с другой стороны, как динамичный процесс усложнения ментального мира человека за счет «наращивания» сложности вновь образуемых элементов, которые дополнительно выстраиваются в комплексные иерархические единицы.

Безусловно, пути исследования концептуализации того или иного фрагмента действительности зависят от природы и структуры самого концепта: знания, обра-

зующие концептуальную систему человека, имеют различные источники формирования, и это обуславливает разнообразие типов, структур и содержания концептов. В качестве строительного материала сложных когнитивных единиц называются разные когнитивные элементы: от когнитивных признаков (З.Д. Попова, И.А. Стернин) до прототипов (А. Вежбицкая) и образцов-схем (Дж. Лакофф).

По нашему мнению, в качестве исходных для концептуализации сложных ментальных единиц могут служить такие когнитивные элементы, как стереотипы. Причем для гендерно маркированных концептов «мужчина» и «женщина» роль этой первоосновы играют именно гендерные стереотипы. Говоря иначе, можно утверждать, что значимым элементом концептуализации представлений о мужском и женском в языке и мире становится знакомство (заметим, в весьма раннем возрасте!) с гендерными стереотипами и последующее их освоение.

Исследование стереотипов в современной гуманитарной науке носит ярко выраженный междисциплинарный характер. Появившись в социологии и социальной психологии 1920-х гг., понятие стереотипа стало предметом анализа теории коммуникации и этнологии, истории литературы и культуры, философии языка и семиотики, гендерной и когнитивной лингвистики. Более того, на Западе с 90-х гг. XX в. возникает междисциплинарное научное направление, исследующее генезис, функционирование и влияние на общество разнообразных стереотипных представлений. Это направление получило название *imagology* (термин Э. Сааринен и М. С. Тэйлора), а его практической целью стало создание словарей культуры, представленной сквозь призму национальных стереотипов.

Термин «стереотип» в широкий научный обиход ввел в работе «Общественное мнение» (1922) американский общественный деятель и журналист У. Липпманн, который определил стереотипы как «образы в нашем сознании (the

pictures in our heads)», спасающие человека от сложности окружающего мира. «Стереотипы, – писал У. Липпманн, – это предвзятые мнения, которые решительно управляют всем процессом восприятия. Они маркируют определенные объекты как знакомые или незнакомые, так что едва знакомые кажутся хорошо известными, а незнакомые – глубоко чуждыми. Они возбуждаются знаками, которые могут варьировать от истинного индекса до неопределенной аналогии» [18]. Все дальнейшие дефиниции стереотипа как языкового, философского, социального, этнографического, психологического, когнитивного или культурно-поведенческого явления так или иначе опираются на ставшую классической концепцию Липпманна, описавшего базовые характеристики данного феномена: устойчивость, ригидность, консерватизм, оценочность, экономичность, традиционность, гипертрофированность (тенденциозность).

Несмотря на разногласия в трактовке отдельных аспектов природы и функционирования стереотипов, большинство исследователей сходится в том, что стереотипизация – это процесс приписывания индивидам на основании их групповой принадлежности неких характеристик, а стереотипы – это набор представлений о характеристиках (атрибутах) той или иной группы людей.

Впервые в сугубо лингвистическом ракурсе стереотипы начинают анализироваться в 1970-е гг. в работах немецкой исследовательницы У. Квастхофф, которая рассматривает их как проявления коллективного знания, наряду с клише, рекламными слоганами, пословицами, цитатами и др., и приводит следующее определение: «Стереотип – это вербальное выражение устоявшегося убеждения относительно социальной группы или отдельной личности как ее члена. Он имеет логическую форму суждения, которое в неоправданно упрощенном и обобщенном виде, с эмоционально окрашенной оценкой, одобряет или осуждает опреде-

ленные качества или манеру поведения некоего класса индивидов» [21]. При этом, в отличие от пословиц и рекламных слоганов, стереотипы не имеют жесткого лингвистического выражения, а их форма и область распространения могут быть ограничены рамками той или иной социальной группы.

С современной точки зрения стереотипы можно представить в виде особого вида ментальных репрезентаций широко распространенных мнений, получивших статус знания и потому закрепившихся в языке. Иными словами, стереотип – это результат особой формы концептуализации, сопровождающейся переживаниями и оценкой, следовательно, обязательно имеющей аксиологическую природу.

Можно выделить несколько базовых функций лингвистических стереотипов.

Когнитивная функция воплощается в генерализации объекта, часто сопровождающей восприятие информации и служащей элементом концептуальной картины мира. Когнитивная функция позволяет структурировать с помощью стереотипов «свой» мир и «внешний» социум. Она хорошо обнаруживается в тех ситуациях возникновения/актуализации стереотипа, в которых происходят изменения когнитивных установок индивида, например, при обучении иностранным языкам.

Аффективная функция выражает степень отнесенности и меру оценки себя и других как не-членов данной группы в межэтническом, межконфессиональном, межгендерном и т.д. общении и проявляется в характерной для всех языков, культур и социумов оппозиции «свое» – «чужое». С нею же связано разграничение автостереотипов (стереотипы о собственном социуме) и гетеростереотипов (стереотипы о чужой группе).

Социальная функция отвечает за разграничение «внутригруппового» и «внегруппового». Именно на этой функции основана социальная когниция: она приводит к образованию социальных пред-

ставлений, на которые человек ориентируется в обыденной жизни.

Интегративная функция позволяет «маркировать» своего или чужого члена во время коммуникации: владение теми или иными стереотипами – верный знак принадлежности определенному социуму.

Функции экономии, которая «удовлетворяет психическую потребность в экономии познавательных усилий» [2].

Прагматическая функция позволяет использовать стереотипы в качестве аргументов при воздействии на собеседника.

Протекционная функция способствует сохранению традиционной для данного социума системы мировоззрения, отраженной в стереотипах.

Необходимо отметить, что в гендерных стереотипах все перечисленные функции воплощаются в полной мере. Так, стереотип «все мужики – сволочи» выполняет когнитивную функцию (генерализованное представление о всех мужчинах как отрицательных и потенциально опасных людях), аффективную (гендерное разграничение (эксплицитно) мужского как отрицательного и (имплицитно) женского как положительного) и социальную (разграничение и противопоставление мира мужчин и женщин), а также интегративную (объединение женщин перед лицом мужчин как чужого социума), прагматическую (ср. разницу прагматического эффекта использования этой фразы во внутригендерном и межгендерном коммуникативных актах), протекционную (сохранение элемента мировоззрения женщин определенного социального круга).

Стоит также заметить, что обычно, в отличие от социологов и психологов, лингвисты называют стереотипами исключительно вербализованные суждения, относящиеся к одному из четырех типов:

1) лингвокультурологические стереотипы как «установленные конвенционально семантические и/или формальные конструкции, формирующие культурно-языковой образ объекта» [2];

2) прагматико-семантические стереотипы как «стандартное мнение о социальных группах или об отдельных лицах как представителях этих групп, обладающие логической формой суждения, в заостренно упрощающей и обобщающей форме, с эмоциональной окраской приписывающего определенному классу лиц определенные свойства или установки» [4];

3) лингвокогнитивные стереотипы как «социокультурно маркированные единицы ментально-лингвального представителя определенной этнокультуры, реализуемые в речевом общении в виде нормативных локальных ассоциаций к стандартной для данной культуры ситуации общения» [14];

4) психолингвистические стереотипы как «единицы языка, вызывающие на психовербальном уровне в сознании представителей определенной национально-культурной общности некоторый минимум сходных ассоциативных реакций по ряду семантических признаков оценочного характера» [16].

Итак, для лингвистического изучения стереотипа ключевыми становятся такие аспекты анализа, как стереотип и его языковой знак, стереотип и его вербализация, когнитивная структура стереотипа, вербальные и невербальные стереотипы. При этом современные лингвисты все чаще обращаются к стереотипам, представленным не только суждением или цепочкой суждений, но и сверхсловной номинацией (иногда как вариант свернутого суждения) или даже словом: *лицо кавказской национальности, новый русский, сексуальные меньшинства, секс-бомба* и др.

Неслучайно один из основоположников когнитивной лингвистики, Дж. Лакофф, разрабатывая классификацию прототипов, отнес к ним, наряду с идеалами, образцами, эталонами и т.п., и социальные стереотипы, отмечая, что они «обычно осознаются и могут вызывать разногласия, /.../ изменяются со временем и могут приобретать характер проблем» [10]. При этом из четырех примеров со-

циальных стереотипов, приводимых исследователем, два относятся к разряду именно гендерных: 1) Типичная мать – домохозяйка; 2) Типичный холостяк – «настоящий мужчина», встречается с большим числом женщин, любит одерживать над ними победы, постоянно торчит в барах и т.д.

Более того, Дж. Лакофф специально указывает, что особенно активно социальные (в том числе и гендерные) стереотипы используются в рекламе и массовой литературе, а также в публицистике. Эта мысль имеет важное значение для понимания ключевой роли средств массовой информации, особенно рекламы, в трансляции, поддержании и формировании стереотипов.

Существенно также противопоставление, которое Дж. Лакофф устанавливает между стереотипами и идеалами как двумя разновидностями прототипов человеческого сознания, вновь апеллируя к гендерным единицам концептуальной системы человека: «Многие категории воспринимаются через абстрактные идеальные образцы, которые при этом могут не быть ни типичными представителями данной категории, ни стереотипами, например:

Идеальный муж: хорошо зарабатывает, верен жене, внушает уважение, привлекателен.

Стереотипное представление о муже: бездельник, скучный, пузатый» [10].

Итак, гендерный стереотип является разновидностью социального стереотипа, не совпадает с идеальными представлениями о том или ином элементе действительности и отражает специфику как концептуальной системы, так и языковой картины мира.

Как уже было сказано, одним из источников структурирования некоторых концептов являются стереотипы сознания, в том числе – гендерные, под которыми понимают упрощающие и обобщающие, эмоционально окрашенные, культурно и социально обусловленные мнения и суждения о качествах, атрибу-

тах и нормах поведения «типичных» представителей того или иного гендера.

Представляется, что проблема гендерных стереотипов имеет две плоскости бытования: с одной стороны, это социологическая сущность, связанная с общей проблемой принадлежности человека к определенному полу (гендерный дисплей, гендерная идентификация, гендерные роли и т.д.), а с другой – это лингвокогнитивное явление, связанное с ментальными репрезентациями и проблемой стереотипии сознания в целом.

С точки зрения социологии гендерные стереотипы возникают в процессе исторического становления социальных способов взаимодействия личности с окружающим миром в зависимости от ее гендерной принадлежности. Система гендерных стереотипов – важнейшая характеристика поведения членов общества, так как в значительной мере определяет их социальные возможности. Исследователи полагают, что в гендерных стереотипах, так же, как и в других видах социальных стереотипов (например, этнических, политических, профессиональных, профессиональных), отражаются особенности восприятия людьми представителей собственной и иной группы.

Исторически возникновение гендерных стереотипов обусловлено тем, что гендерные отношения и гендерная стратификация общества всегда складывались таким образом, что гендерные различия располагались над индивидуальными, качественными различиями мужчин и женщин. Гендерная стратификация труда, гендерные роли в семье и обществе, гендерные различия в религиозной, политической, культурной сферах человеческой жизни приводили к созданию определенных представлений о маскулинности и феминности, к появлению гендерных стереотипов о мужчинах и женщинах.

Во второй половине XX в. ситуация меняется: представления о гендерной стратификации общества и гендерных ролях стремительно трансформируются.

Однако эти изменения происходят неравномерно в различных культурах и языковых системах (так, например, достижения феминистской критики языка и языковой политики в западных странах не сопоставимы с робкими ростками феминистской лингвистики в современной России), по-разному воспринимаются внутри различных лингвокультур и по-разному интерпретируются языковым сознанием разных этносов.

В отечественной социальной психологии выделяют три группы гендерных стереотипов [7], которые для демонстрации их гетерогенной (социальной, психологической и языковой) природы можно проиллюстрировать соответствующими лингвистическими стереотипами:

– стереотипы маскулинности феминности как нормативные представления о соматических, психических и поведенческих свойствах, характерных для мужчин и женщин. Например, мужчины компетентны, властны, независимы, агрессивны, самоуверенны, склонны рассуждать логически, способны управлять чувствами; женщины более пассивны, зависимы, эмоциональны, заботливы и нежны (*все блондинки глупы; все мужики бабники; мужичий ум говорит «надо» – бабий ум говорит «хочу»; волос длинный – ум короткий* и др.);

– стереотипы, характеризующие распределение социальных (семейных и профессиональных) ролей между мужчинами и женщинами. В большинстве традиционных обществ считается, что главные роли мужчины – профессиональные, женщины – семейные. «Настоящий» мужчина стремится к построению карьеры, профессиональному успеху; «настоящая» женщина хочет выйти замуж, иметь детей, вести домашнее хозяйство (*муж – глава семьи; и баба смекает, что люльку качает; муж да жена – одна сатана* и т.д.). Наиболее ярко в европейской культуре этот стереотип сформулировал германский император Вильгельм II, противопоставивший «женские» четыре К – *Kinder, Küche, Kirche, Kleider* (дети, кух-

ня, церковь, одежда) трем «мужским» – *Kaiser, Krieg, Kanonen* (император, война, пушки);

– стереотипы, определяющие специфику гендерной дифференциации труда: традиционной для женщин считается деятельность обслуживающая, исполнительская; для мужчин же характерна деятельность инструментальная, творческая, им «по плечу» организовывать и руководить (*не женское это дело; работа для настоящего мужика* и т.п.).

Важно также отметить, что в современной социологии существует интересное объяснение специфической природы полярности гендерных стереотипов, которое подтверждает правильность высказанной нами точки зрения о наличии в человеческом сознании такого специфического типа когнитивных единиц, как концептуальное пространство «'мужчина' – 'женщина'»: «В отличие от многих типов социальных стереотипов гендерные отражают взаимодействие лишь двух групп – мужчин и женщин. В ряде исследований бинарность трактуется как один из базовых принципов осмысления гендерных различий. В результате такой полярности неполное соответствие мужчины стереотипу маскулинности ведет за собой не отрицание его мужественности, а атрибутирование ему женских характеристик» [17].

В отличие от отечественной социологии, культурологии и психологии, в которых уже многое сделано для изучения гендерных стереотипов, в отечественной лингвистике практически нет базовых работ, посвященных этой проблематике, тем более на материале гендерной составляющей русской языковой картины мира. Вместе с тем современная лингвистика приходит к мысли о том, что изучение гендера вне когнитивной лингвистики невозможно: «Гендер является компонентом как коллективного, так и индивидуального сознания, поэтому его необходимо изучать как когнитивный феномен, проявляющийся как в стереотипах, фик-

сируемых языком, так и в речевом поведении индивидов» [6].

Несмотря на то что гендерные стереотипы проявляются на всех уровнях языка, отечественные лингвисты если и затрагивают эту проблему, то чаще всего вскользь и исключительно на материале фразеологического фонда языка. Вместе с тем отражение стереотипных представлений о мужественности и женственности, мужчинах и женщинах можно и необходимо изучать в различных плоскостях лингвистического анализа: от просодики (например, сугубо женские стереотипные эмфатические рисунки, специфическая интонация «манерности» гомосексуалов и др.) до паралингвистики (жесты-стереотипы мужчин и женщин).

При этом важно помнить, что гендерные стереотипы, как и иные элементы ментальной сферы человека, отражаемые языком, с одной стороны, культурно обусловлены, а с другой – осознаются индивидом в соответствии с его личным опытом: «в системе языка фиксируется гендерная стереотипизация, свойственная коллективному, «наивному» сознанию, а в коммуникации с помощью имеющегося в данном языке набора гендерных стереотипов актуализируется отрефлексируемый индивидуумом опыт» [3].

Гендерные стереотипы лежат в основании концептуализации представлений о мужчинах и женщинах как в истории языковой картины мира (филогенетический аспект), так и в становлении картины мира конкретного индивида (онтогенетический аспект).

Можно выделить несколько векторов лингвистического исследования гендерных стереотипов.

1) Концептуализация представлений о мужчине и женщине в истории языка предопределена внутренней формой ядерных вербализаторов одноименных концептов. Так, в качестве первоначального мотивирующего признака основных номинаций мужчины и женщины в русском языке послужили гендерные стереотипы патриархатного

сознания, отражающие социальную иерархию и социальные роли членов древнего общества: *муж* как ‘человек’ (vs *мужик* как ‘неполноценный член общества’), *жена* от ‘рожать’, *дева* как ‘готовая стать матерью’, парень как ‘ребенок’ и так далее.

2) Собственно семантико-прагматическая эволюция номинаций мужчины и женщины *per se* в истории русского языка также во многом была обусловлена историей возникновения, трансформаций и утраты гендерных стереотипов. Так, рецепция русским языком таких заимствованных номинаций, как *дама*, *роковая женщина* (*la femme fatale*), *супермен*, *мачо*, *секс-бомба*, *метросексуал* и др., тесно связана не только с появлением новых гендерных моделей поведения, но и образованием гендерных стереотипов (ср. стереотипизацию таких элементов русской лингвокультуры, как *кисейная барышня*, *институтка*, *стерва*).

3) Основная, ядерная часть гендерных стереотипов современного языкового сознания легко эксплицируется при анализе результатов ассоциативных экспериментов. Более того, привлечение данных социологических, этнографических и кросскультурных психологических исследований позволяет верифицировать выводы психолингвистических разысканий: результаты ассоциативных экспериментов обнаруживают не только архетипические гендерные стереотипы, концептуализирующие маскулинные и феминные образы, но и зону прототипических представлений об идеале (в терминологии Дж. Лакоффа) мужчины и женщины.

При этом гендерные стереотипы, эксплицируемые в ассоциативных экспериментах, показательно соотносятся с векторами концептуализации концептов «мужчина» и «женщина», обнаруживая общие для обеих единиц когнитивные признаки: социальный статус, социальные роли, физические данные, возраст, внешний облик и т.д.

4) Гендерный анализ словарей детской речи (в том числе и психолингвистических) позволяет утверждать, что концептуализация базовых представлений о мужчине и женщине в онтогенезе, в языковом сознании ребенка, также определяется освоением вербализованных гендерных стереотипов, часть из которых восходит к патриархатному мировидению и отражает гендерную и социальную иерархию прошлых эпох. Например, на задание определить слово «мужчина» более половины школьников 11–12 лет дают ответы типа «Взрослый человек мужского пола» или «Человек мужского рода, уже не мальчик» [13]. Несмотря на то что степень конкретизации у разных детей варьирует, ответы отражают вполне сформировавшиеся гендерные стереотипы: толкование «*Сильный, гордый человек, и справедливый, мужского рода*» эксплицирует те стереотипизированные качества мужчины, которые являются универсальными для картины мира любой лингвокультуры. Иными словами, в сознании ребенка пред- подросткового возраста образ мужчины уже неотделим от таких облигаторных маскулинных атрибутов, как сила, гордость и справедливость.

При этом эксплицируемые в языковом сознании ребенка гендерные стереотипы связаны в его картине мира не только с вербализаторами концептов «мужчина» и «женщина» и представлениями о мужском и женском, но и с важными для формирующейся аксиологической системы абстрактными и социально значимыми понятиями. Так, в рассуждениях детей уже среднего школьного возраста можно найти примеры неосознанно транслируемого языкового сексизма: «*Стыд – это когда, например, жена не умеет готовить*» [13]. Подобное толкование демонстрирует то, как крепко школьник «усвоил» главное патриархатное распределение гендерных и семейных ролей.

Следовательно, можно утверждать, что как в древней, так и в современной картине мира существенную роль в осмыслении места человека в социуме и

окружающей реальности, а также в концептуализации представлений о мужчинах и женщинах играют именно гендерные стереотипы.

Итак, гендерная стереотипизация отражает культурно обусловленные оценки и репрезентируется на всех уровнях языка. В связи с этим гендерные стереотипы, определяющие содержание концептов «мужчина» и «женщина» в той или иной лингвокультурной общности, могут быть исследованы и через языковые структуры.

Список литературы

1. Апресян Ю.Д. Дейксис в лексике и грамматике и наивная модель мира // Избр. труды: Интегральное описание языка и системная лексикография. М.: Языки русской культуры, 1995. Т. 2. С. 350.
2. Бартминьский Е. Этноцентризм стереотипа. Польские и немецкие студенты о своих соседях // Славяноведение. 1997. № 1. С. 12–14.
3. Гвоздева А.А. Языковая картина мира: лингвокультурологические и гендерные особенности (на материале художественных произведений русскоязычных и англоязычных авторов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2004. С. 4.
4. Демьянков В.З. Стереотип // Краткий словарь когнитивных терминов / под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Изд-во МГУ, 1996. С. 177.
5. Демьянков В.З. Парадигма в лингвистике и теории языка // Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство: сб. в честь Е.С. Кубряковой / отв. ред. Н.К. Рябцева. М.: Языки славянских культур, 2009. С. 30.
6. Кирилина А. В. Гендерные исследования в лингвистических дисциплинах // Гендер и язык / сост. А. В. Кирилина. М.: Языки славянской культуры, 2005. С. 27.
7. Клецина И.С. Психология гендерных отношений: Теория и практика. СПб.: Алетейя, 2004. С. 248–251.

8. Концептуализация и смысл / отв. ред. И.В. Поляков. Новосибирск: Наука, 1990. С. 4.
9. Кубрякова Е. С. Концептуализация // Краткий словарь когнитивных терминов / под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Изд-во МГУ, 1996. С. 93.
10. Лакофф Дж. Мышление в зеркале классификаторов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка. М.: Прогресс, 1988. С. 34–35.
11. Лангаккер Р.У. Когнитивная грамматика. М.: ИНИОН РАН, 1992. С. 10.
12. Лэнгакер Р.В. Концептуальная семантика и символическая грамматика // Вопросы когнитивной лингвистики. 2006. № 3. С. 15.
13. Палкин А.Д. Возрастная психолингвистика: толковый словарь русского языка глазами детей. М.: НОУ МЭЛИ, 2004. 362 с.
14. Прохоров Ю.Е. В поисках концепта. М.: Флинта, 2008. С. 141.
15. Рахилина Е.В. О тенденциях в развитии когнитивной семантики // Известия РАН. Серия литературы и языка. 2000. Т. 59. № 3. С. 7.
16. Рыжков В.А. Особенности стереотипизации, необходимо сопровождающей социализацию индивида в рамках определенной национально-культурной общности // Языковое сознание: стереотипы и творчество. М., 1988. С.14
17. Рябова Т.В. Гендерные стереотипы и гендерная стереотипизация: методологические подходы // Женщина в российском обществе. 2001. № 3-4. С. 5.
18. Lippmann W. Public Opinion. N.Y., 1922 [electronic resource]. Mode of access: <http://xroads.virginia.edu/~Hyper/Lippman/contents.html>
19. Sharifian F. On collective cognition and language // Language and social cognition. Ed. H. Pishwa. B.; N.Y.: Mouton de Gruyter, 2009. P. 109.
20. Talmy L. Cognitive linguistics // Encyclopedia of Language and Linguistics / Ed. Keith Brown. N.Y.: Elsevier, 2006. P. 544.
21. Quasthoff U.M. The uses of stereotype in everyday argument // Journal of Pragmatics. 1978. Vol. 2. Issue 1. P. 4.

Получено 08.11.10

V.A. Efremov, Doctor of Sciences, Associate Professor, Russian Language Chair, Herzen University (e-mail: valef@mail.ru)

GENDER STEREOTYPE AS THE ELEMENT OF CONCEPTUALIZATION

The paper presents a typology of approaches to the conceptualization of contemporary linguistic and cognitive research, and discovers the important role of gender stereotypes in the conceptualization of ideas about man and woman. Gender stereotypes are considered as basic cognitive units formed the basis for the representation of gender stratification of society.

Keywords: conceptualization, linguistic stereotype, gender stereotype, concepts «man» and «woman».

УДК 81'276.5

В.И. Егорова, канд. филол.наук, доцент кафедры иностранных языков, ЮЗГУ (e-mail: tinkivinki78@yandex.ru)

ПТУ-СТАЙЛ – ОДНА ИЗ СОСТАВЛЯЮЩИХ КАРНАВАЛЬНОСТИ

В данной статье автор рассматривает понятие карнавальности, лингвистические факторы, влияющие на проявление данного понятия в виртуальной среде, а именно албанский язык или ПТУ-стайл.

Ключевые слова: карнавал, карнавальность, виртуальная реальность, эдит, ПТУ-стайл, албанский язык.

Компьютеризация всех сфер деятельности и жизни человека - самый впечатляющий феномен последней четверти XX века. Благодаря развитию информа-

ционных технологий появилась новая форма бытия - виртуальная реальность.

Создаваемые новой средой условия карнавального общения диктуют свои