

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Філологічний факультет
Кафедра загального та прикладного мовознавства

До захисту

Завідувач кафедри

_____ Володимир ГУТОРОВ

(підпис)

(ініціали, прізвище)

“ 23 ” листопада 2023 р.

Вербалізація гендерних стереотипів в американському кінодискурсі кінця

XX сторіччя

Кваліфікаційна робота
студента(-ки) 2 курсу
другого (магістерського) рівня
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.10 прикладна лінгвістика
освітньо-професійної програми
«Прикладна лінгвістика та англійська мова»
Шишки Каріни Володимирівни

Керівник

Фролова Ірина Євгенівна,
доктор філологічних наук,
доцент, професор закладу вищої освіти

Оцінка

за національною шкалою _____

Кількість балів: _____

Харків – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1	6
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ	6
1.1. Поняття гендеру в сучасній лінгвістиці	6
1.2. Поняття стереотипу та гендерних стереотипів	14
Висновки до розділу 1	29
РОЗДІЛ 2	31
ЕТАПИ ТА МАТЕРІАЛ ДОСЛІДЖЕННЯ	31
2.1. Етапи дослідження	31
2.2. Матеріал дослідження	33
Висновки до розділу 2	35
РОЗДІЛ 3. ВІДТВОРЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ	37
У МОВЛЕННІ ГОЛОВНИХ ГЕРОЇВ КІНОФІЛЬМУ «КРАСУНЯ»	37
3.1. Відтворення стереотипів фемінінності у мовленні героїні	37
3.2. Порухення стереотипів фемінінності у мовленні героїні	44
3.3. Кількісні параметри гендерних стереотипів, вербально втілених головною героїнею фільму «Красуня»	47
3.4. Відтворення стереотипів маскулінності у мовленні героя	49
3.5. Порухення стереотипів маскулінності у мовленні героя	54
3.6. Кількісні параметри відтворення стереотипів, вербально втілених головним героєм фільму «Красуня»	55
Висновки до розділу 3	57
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61
АНОТАЦІЯ	65

ВСТУП

У нашому дослідженні вивчено питання відтворення / порушення гендерних стереотипів в американському кінодискурсі 90-х років XX ст.

Актуальність роботи визначена застосуванням у ній комплексним підходом, котрий дозволяє виявити ментальне підґрунтя комунікативних дій (стереотипи фемінінності / маскулінності) та врахувати вербальні / невербальні та позавербальні засоби їхнього втілення.

Об'єктом дослідження виступають гендерні стереотипи, відтворенні в американському кінодискурсі 90-х років 20 століття.

Предметом аналізу були якісні характеристики та кількісні параметри комунікативної реалізації цих стереотипів.

Метою роботи є виявлення відтворення / порушення гендерних стереотипів у комунікації головних героїв фільму *Pretty woman* («Красуня»).

Матеріалом дослідження стала американська кінострічка *Pretty woman* («Красуня») (1991). Час перегляду – 1:59:37, обсяг скрипту – 275 сторінок. Із скрипту цього фільму було вилучено 56 висловлень головної героїні та 49 висловлень головного героя, в яких втілено гендерні стереотипи і які стали одиницями нашого аналізу.

Методи дослідження охоплюють такі: *методи аналізу, синтезу, індукції та дедукції* знадобилися нам для формування теоретичної бази дослідження. *Метод вибіркового добору* було використано для вибору вказаного фільму. *Метод суцільної вибірки* був необхідним для виокремлення зі скрипту фільму усіх висловлень головних героїв, у яких втілено гендерні стереотипи. *Метод когнітивно-прагматичної інтерпретації* став у нагоді під час виявлення кореляцій між вибраними висловлюваннями та стереотипами маскулінності / фемінінності. *Метод контекстуального аналізу* було використано для вивчення функціональної специфіки висловлень та їх прагматичних значень. *Кількісний метод* було використано для встановлення питомої ваги реалізації стереотипів

фемінінності та маскулінності, а також порушення цих стереотипів у вербальній комунікації головних героїв фільму *Pretty woman* («Красуня»).

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в ньому вивчено продуктивність дотримання/порушення гендерних стереотипів, вербально об'єктивованих в американському кінодискурсі останнього десятиріччя XX сторіччя.

Наукову новизну дослідження узагальнюють такі **положення, що виносяться на захист:**

1. Гендерні стереотипи - стійкі культурно-суспільні уявлення про ролі, характеристики та норми поведінки чоловіків та жінок - вербально втілюються в комунікації. Об'єктивація цих стереотипів засвідчує їхню сталість; реалізації, що не відповідають стереотипним уявленням, демонструють видозміни, яким гендерні стереотипи піддаються із плином часу. Кінодискурс відображає та водночас формує суспільну свідомість, зокрема в аспекті гендерних стереотипів.
2. В американському кінодискурсі початку 90-х років XX ст., зокрема в мовленні головних героїв фільму «Красуня», зареєстровано втілення традиційних стереотипів маскулінності та фемінінності, водночас зафіксовано також порушення цих стереотипів.
3. Кількісна перевага дотримання традиційних гендерних стереотипів у мовленні героїв кінострічки засвідчує їхню домінантну позицію в американському суспільстві того часу.
4. Незначна кількість зареєстрованих порушень традиційних стереотипів маскулінності в мовленні героїв та значно більша кількість порушень традиційних стереотипів фемінінності демонструють, що саме стереотипи фемінінності було піддано значному переосмисленню в американському суспільстві того часу.

Практична цінність роботи вбачається у можливості використання її результатів та висновків у низці спецкурсів, у гендерних студіях, у дослідженнях студентів та аспірантів.

Апробація роботи. Результати дослідження було обговорено на XXII Міжнародній науково-практичній конференції «Людина, культура, техніка в новому тисячолітті» (з публікацією тез доповіді) [23] та на II Міжнародній науковій конференції «Стратегічні напрямки розвитку науки: фактори впливу та взаємодії» (з публікацією тез доповіді) [22]. Результати дослідження було презентовано на Регіональному конкурсі наукових досліджень студентів (Харків травень 2023 р.). По результатах дослідження підготовлено статтю (у співавторстві з науковим керівником), яку прийнято до друку до збірки наукових статей студентів *In Statu Nascendi*.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ

1.1. Поняття гендеру в сучасній лінгвістиці

Протягом останніх десятиліть значної популярності в гуманітарних студіях набуло поняття «гендеру». Вивченням цього поняття займаються такі науки як соціологія, психологія, соціальна психологія. Сформувався цілий напрям гуманітарних досліджень – гендерні студії (Gender Studies). Гендерні студії є міждисциплінарним полем дослідження, яке присвячене феномену статі в її соціальних вимірах.

Мовознавство теж не стоїть осторонь цієї проблематики. Від початкової ідеї про те, що існує різниця у мовленні чоловіків і жінок, сучасна лінгвістика перейшла до аналізу вияву гендерного фактору в мові та до вивчення виявів гендерних стереотипів у вербальній комунікації.

Для початку слід розібратися із визначенням поняття «гендер». Гендер – соціокультурна, символічна конструкція статі, що покликана визначити конкретний асоціативний зв'язок, забезпечувати повноцінну комунікацію та підтримувати соціальний порядок. Іншими словами, гендер – це змодельована суспільством та підтримувана соціальними інститутами система цінностей, норм і характеристик чоловічої і жіночої поведінки, стилю життя та способу мислення, ролей та стосунків жінок і чоловіків, набутих ними як особистостями у процесі соціалізації, що насамперед визначається соціальним, політичним, економічним і культурним контекстами й фіксує уявлення про жінку та чоловіка залежно від їх статі [6].

Слід розрізняти поняття «стать» і «гендер». Термін «стать» вживається для позначення біологічних, анатомічних, фізіологічних відмінностей між жіночим та чоловічим організмами, що виражаються різною участю чоловіка та жінки у репродуктивному процесі, відмінними геніталіями, набором хромосом. Якщо біологічна стать дається людині від народження, то гендер

конструюється соціально та зумовлюється культурою суспільства в конкретний історичний період. Гендер – це соціальна стаття, що формує поведінкові, культурні, психологічні, візуальні та інші соціально-культурно зумовлені відмінності між чоловіками та жінками [33].

Іншими словами, «гендер відрізняється від поняття «sex», яке перекладається як «стать», тобто як здатність або нездатність виношувати дітей. Біологічна стаття виражає природні, біологічно обумовлені відмінності між чоловіком і жінкою. Якщо стаття задається природньо, то гендер конструюється соціально та зумовлений культурою суспільства в конкретний історичний період» [16].

У наукових студіях також з'ясовано, що «гендер – досить складне поняття, оскільки розкриває багатоаспектний зміст явища. У науковій літературі воно вживається в кількох значеннях:

- гендер як соціально-рольова й культурна інтерпретація рис особистості та моделей поведінки чоловіка і жінки, на відміну від біологічної;
- гендер як набуття соціальності індивідами, що народилися в біологічних категоріях жіночої або чоловічої статей;
- гендер як політика рівних прав і можливостей чоловіків та жінок, а також діяльність зі створення механізмів щодо її реалізації» [16].

Гендер можна розглядати як континуум характеристик, які демонструє особа, незалежно від її біологічної статі. Додавання поняття «ролі» до статі чи гендеру може збільшити плутанину в термінології. Коли соціологічне поняття «ролі» поєднується з біологічним поняттям «статі», часто виникає непорозуміння щодо того, що саме належить до сфери поняття «статева роль». Проте на даний момент переважна більшість соціологів бажає використовувати термін «гендерна роль», а не «статева роль» у своїх працях. Таким чином, гендерні ролі – це очікувані установки та типи поведінки, які суспільство асоціює з кожною статтю. Це визначення прямо розміщує гендер у соціокультурному контексті [33].

Поняття гендеру як стратифікаційної категорії, пов'язаної також з такими категоріями як клас, раса та національність, виходить з постулату про те, що гендер є процесом, за допомогою якого відбувається соціальна стратифікація. Гендерна стратифікація відноситься до соціального рангу, де чоловіки, як правило, мають вищий статус, ніж жінки. Часто терміни «гендерна нерівність» та «гендерна стратифікація» використовуються як синоніми. Існують різні підходи до вивчення гендерної стратифікації. Більшість досліджень у цій галузі зосереджені на відмінностях між життєвими обставинами чоловіків і жінок у більш широкому контексті. Перед дослідниками постало завдання досліджувати гендерну, расову та класову нерівність із інтерсекційної точки зору, а не розглядати гендер окремо від раси та класу [32].

Можна стверджувати, що концепція гендеру стала беззаперечним досягненням неофеміністського руху, що розгорнувся в 60-70-х роках минулого століття на Заході. Питання про сутність чоловічого та жіночого викликало особливий інтерес представників різних наук про людину – біологів, психологів, філософів, соціологів тощо. У міру розвитку цих досліджень науковці почали будувати свій аналіз, куруючись порівняльними характеристиками чоловічого та жіночого. Поняття «гендер», застосування якого передбачало перехід досліджень з біологічного рівня на соціальний та відмову від постулату про природне призначення статей, стало ключовим [9].

Що стосується гендерних досліджень, то їх можна розглядати як напрямок наукової діяльності та її соціальної організації, спрямований на вивчення місця, ролі, активності, волевиявлення й самореалізації осіб чоловічої та жіночої статі у певний історичний період та за певних соціальних умов.

Результатом гендерних досліджень як окремого наукового напряму у діяльності широкого кола науковців з різних галузей знань стало створення сучасної гендерної теорії.

Сучасна гендерна теорія – це система наукових поглядів на відносини й статус жінки і чоловіка, їхнє соціальне життя та життєвий досвід. По суті ця

теорія пропонувала розглядати маскулінність і фемінінність як набори взаємно створених характеристик, які формують життя чоловіків та жінок.

Значною мірою увага цієї теорії зосереджена на теоретичному аналізі дисбалансу, нерівності становищ жінки й чоловіка та їхніх можливостей і шансів у самотворенні, самоутвердженні та саморозвиткові [16].

Усі суспільства побудовані навколо відносно стабільних моделей, які встановлюють правила, за якими буде здійснюватися соціальна взаємодія. Однією з найважливіших соціальних структур, що організовує соціальну взаємодію, є статус – категорія або становище, яке займає особа, та яке є суттєвим визначальним фактором того, як її будуть характеризувати та як до неї будуть ставитися. Ми набуваємо статуси завдяки досягненням, завдяки власним зусиллям або коли мимоволі отримуємо їх у певний момент життя. Ми одночасно маємо кілька статусів, які називають набором статусів, як, наприклад, мати, дочка, адвокат, пацієнт, працівник і пасажир. У порівнянні з досягнутими статусами, які ми набуваємо упродовж життя, приписувані статуси – це ті, які безпосередньо впливають практично на всі аспекти нашого життя. Найважливішими приписуваними статусами є стать, раса та соціальний клас [33].

Також варто відзначити, що погляд на гендер з точки зору соціології відрізняється залежно від рівня аналізу, на якому він діє. Макросоціологічний підхід до гендерних ролей зосереджується на даних, які стосуються масштабних соціальних явищ, таких як робоча сила, освіта та політичні тенденції, які диференційовані відповідно до гендерних ролей. Мікросоціологічний підхід, у свою чергу, спрямовує увагу на дані, зібрані в невеликих групах, а також на деталі гендерної взаємодії, наприклад, між членами родини. Ранні соціологічні підходи, пов'язані з гендерними ролями, розвинулися з наукових досліджень соціології сім'ї. Ці пояснення зосереджувалися на тому, чому чоловіки та жінки виконують різні ролі в сім'ї, що також впливає на ролі, які вони відіграють за її межами. [33].

Оскільки дослідження гендерних питань прискорюються, а також розробляються більш складні інструменти їх вивчення, стає зрозуміліше, що міждисциплінарність та різноманітність концепцій відіграють важливу роль у цьому процесі.

На даний момент, спираючись на проведені дослідження, можна стверджувати, що майже всі мови світу є андроцентричними. Андроцентризм – це практика свідомо або несвідомо, що розміщує чоловічу особу або чоловічу точку зору в центрі погляду на світ, його культуру та історію.

Термін «андроцентризм» широко використовується у гендерному та феміністському підходах для критики соціального світу культури, де характеристики чоловічого та жіночого є різноплановими, дихотомічно розведеними та ієрархічно структурованими. Андроцентризм являє собою не тільки картину світу, представлену крізь призму чоловічого досвіду, але й міцну статеву ієрархію, де все жіноче мислиться та представляється, як «чуже», «інше» або взагалі не береться до уваги.

Мова відіграє особливу роль у відтворенні андроцентризму, оскільки мовна картина світу фіксує і відтворює світ із чоловічої точки зору. У рамках феміністської лінгвістики виділяють наступні ознаки андроцентризму: 1) ототожнення понять людина та чоловік (у багатьох мовах вони позначаються одним словом); 2) мовна норма, гендерно не є нейтральною – ієрархічна і несе в собі оцінюючі категорії; більше того, чоловічі мовні форми, які використовуються як норми мови, сприяють маргіналізації та ігноруванню жінок у мовній картині світу; 3) поділ мови на норми чоловічого та жіночого засновано на реальній соціальній гендерній асиметрії; відображає її, а потім закріплює через мовне відтворення [1].

Протягом тривалого часу фізична сила була однією з найважливіших позитивних характеристик людини, і оскільки зазвичай чоловіки фізично сильніші за жінок, то їх відповідно цінували більше. Проте у сучасному світі, де різниця в силі між жінками та чоловіками вже не відіграє настільки важливу роль, останні більше не мають такої невід’ємної (вродженої) переваги. У наш час

розум є важливішим за силові показники, і оскільки жінки можуть конкурувати з чоловіками в інтелектуальному плані, їхня цінність зростає. Проте у мові ці культурні зміни відображаються значно пізніше. Наприклад, коли ми хочемо зробити комплімент чоловікові, то зазвичай намагаємося підкреслити той факт, що він чоловік, використавши, наприклад, такі фрази: «він справжній чоловік», «він мужній» або «він справжній альфа-самець». Крім того, коли чоловіка підбадьорюють фразою на зразок «Будь чоловіком!», то мають на увазі бути чесним, сильним та справедливим. Також у якості прикладу розглянемо фразу «Будь чоловіком!». Це висловлювання зазвичай використовують по відношенню до чоловіків і воно натякає на те, що бути чоловіком означає бути чесним, сильним та справедливим. Проте на відміну від цього дівчині не кажуть бути жінкою. А коли по відношенню до неї використовують фразу «будь леді», то мають на увазі «поводитися по-жіночому», тобто гарно сидіти, граціозно рухатися та тихо розмовляти [36].

Для кращого розуміння поняття «гендер» варто також звернути увагу на теорію біологічного детермінізму. Для початку дамо визначення поняттю «біологічний детермінізм». Біологічний детермінізм – це теорія, яка стверджує, що поведінка людини визначаються генами, тобто це вроджений та успадкований фактор. Згідно з цією теорією, інтелектуальна спроможність, можливості розвитку та те, як людина реагує контролюється їх генетичною інформацією. Детерміністи стверджують, що расизм, соціальна нерівність, агресивність або відмінності між статями зумовлені спадковими факторами [4].

Біологічний детермінізм використовує ідею «вроджених» характеристик для пояснення чоловічої переваги та відображає уявлення про те, що чоловіки є більш сильними та раціональними, а отже розумнішими за жінок, і що людина народжується лише чоловіком або жінкою із чоловічими та жіночими характеристиками відповідно. Такий поділ призвів до розмежування «публічної» та «приватної» сфер, і оскільки чоловіки за своєю природою «повинні бути хорошими лідерами», то лише вони могли отримати доступ до «публічної сфери». Хоча біологічний детермінізм як концепція досліджує певні

риси суспільства в цілому і не стосується відмінностей між чоловіком та жінкою, його використовували як інструмент для встановлення гендерної нерівності [3].

Прихильники біологічного детермінізму схильні вважати, що диференціація людства за категорією статі є фундаментальною основою всього буття культури. Незважаючи на популярний нині аргумент про сутнісну відмінність чоловічої та жіночої статей, слід пам'ятати, що належність до одного виду *Homo sapiens* зумовлює перш за все єдність загальної біології людини в рамках живого світу. Такі характеристики як фізична міць та витривалість, які були надзвичайно важливими на ранніх стадіях розвитку суспільства, сьогодні навряд чи зможуть обґрунтувати економічний, політичний та соціальний статус людини чи групи. Тому посилення на фізичну силу, притаманне не лише повсякденному а й науковому обґрунтуванню статусу чоловіків та жінок, свідчить про здатність гендерного образу накопичувати та зберігати протягом тривалого часу застарілі з огляду на суспільно-історичні умови буття характеристики [13].

Представники різних наукових галузей продовжують суперечки про відносну важливість біології, культури та соціалізації стосовно того, як поведяться та мислять представники чоловічої / жіночої статі. Біологічні відмінності між жінками та чоловіками спонукають багатьох учених і, безсумнівно, значну частину суспільства припускати, що маскуліність та фемінінність є більшою мірою біологічно детермінованими. І навпаки, антропологи, соціологи та інші суспільствознавці схильні розглядати гендер як соціальний конструкт. Навіть якщо біологія і має вплив на формування гендерних ролей, не слід недооцінювати значення культури та соціалізації у цьому процесі. Існує декілька тлумачень гендерних ролей з біологічної точки зору, проте соціологи вважають культуру та соціалізацію важливішими джерелами гендерних ролей, ніж біологія. Оскільки гендерні ролі формуються культурою та суспільством, їх зміна з метою створення рівних можливостей для жінок та чоловіків у реалізації свого потенціалу є цілком можливою [8].

З поняттям гендерних стереотипів також пов'язані визначення фемінінності (характерні форми поведінки, яких очікують від жінки у даному суспільстві) і маскулінності (комплекс тілесних, психічних і поведінкових особливостей, що розглядаються як чоловічі) [14].

Фемінінність і маскулінність або гендерна ідентичність стосується ступеня, згідно з яким індивіди вважають себе маскуліnnими або фемініnnими, враховуючи, що означає бути чоловіком або жінкою в суспільстві. Поняття фемінінності та маскулінності стосуються соціального (гендер), а не в біологічного (стать) аспекту. Члени суспільства вирішують, що означає бути чоловіком чи жінкою (наприклад, домінуючим або пасивним, хоробрим чи емоційним). Чоловіки, як правило, будуть характеризувати себе використовуючи риси маскулінності, а жінки – риси фемінінності. Проте оскільки це соціальні конструкти, то особи жіночої статі можуть мати риси характеру та поведінки, які асоціюються з маскулінністю, а чоловіки навпаки – ті, які асоціюються з фемінінністю [42].

За словами І. Головащенко, «поняття гендеру не в граматичному сенсі вперше застосував американський психолог Роберт Столер у 1968 році. Він зробив це із метою розрізнити «маскулінність» (мужність) та «фемінінність» (жіночність) як соціокультурні особливості чоловічого та жіночого» [9].

Гендерна ідентичність людини, тобто її маскулінність чи фемінінність, базується на значеннях, які індивіди засвоїли внаслідок асоціації з роллю чоловіків та жінок у суспільстві.

У рамках традицій символічного інтеракціонізму дослідження показують, що значення, які люди приписують собі як маскулінність чи фемінінність, іноді є важливішими для прогнозування їхньої поведінки, ніж їхня стать (чоловіча чи жіноча). Наприклад, ранні дослідження розмовної поведінки показали, що чоловіки частіше, ніж жінки, використовують більш домінантні та напористі моделі мовлення під час взаємодії, тобто перебивають і говорять більше. Однак нещодавній огляд багатьох емпіричних досліджень, які стосуються перебивання співрозмовника та тривалості дискусії, показує, що вплив гендеру

не є постійним. Цю невідповідність можна пояснити аналізом гендерної ідентичності, а не статі. Наприклад, дослідження показують, що люди з більш маскулінною гендерною ідентичністю, незалежно від їхньої статі (чоловічої чи жіночої), схильні частіше перебивати співрозмовника та використовувати складні вирази у дискусії [42].

Вважається, що «проблематика гендерних досліджень містить проблеми ідентичності та репрезентацій, конструкції маскулінності та фемінінності в міжнародному масштабі; сім'ю, право та різні дискурси гендеру; гендер та простір; теорії інакшості (queer theory); рівні можливості; роботу й освіту; насилля та порушення прав; феміністський рух та феміністську теорію» [9].

Можна стверджувати, що гендерні дослідження набули міждисциплінарного характеру, оскільки вони виходять за межі традиційних рамок соціальних наук. Спостерігається широке застосування компаративних підходів, у яких фокус зосереджений на знаходженні спільних та відмінних рис між країнами та регіонами. Гендерні дослідження швидко диференціювалися за своєю структурою, характером і завданнями, хоча й мають зазвичай загальні теми та цілі [9].

Таким чином, гендерні дослідження сформувалися на ґрунті усвідомлення різниці між біологічною статтю індивіда, втіленою в мові в категорії граматичного роду, та конструкту свідомості, котрий узагальнює уявлення певного суспільства про типові риси чоловіка та жінки. Це спричинило розвиток проблеми гендерних стереотипів.

1.2. Поняття стереотипу та гендерних стереотипів

У наш час у науці сформувалось усвідомлення того, що як примітивні, так і розвинені, як багаті, так і бідні, як класові, так і перед класові, як войовничі, так і миролюбні суспільства характеризуються наявністю в своїй соціальній структурі чоловіків та жінок, які утворюють дві найбільші соціальні групи, репрезентують дві соціальні категорії. Відповідно, в кожному

суспільстві, в кожній культурі формуються та передаються від покоління до покоління уявлення, ідеї, ставлення, цінності, норми, моделі поведінки що приписуються жінкам та чоловікам, їхнім соціальним статусом і ролям [18].

Гендерні стереотипи стосуються соціальних образів жіночності/фемінінності та мужності/маскулінності. Проте стосовно визначення гендерних стереотипів не існує єдиної думки. Деякі дослідники у своїх визначеннях акцентують увагу на особистісних характеристиках чоловіків та жінок [24].

Пропонуємо зупинитися на наступному визначенні терміну «гендерні стереотипи», згідно з яким їх слід розглядати як спрощені, стійкі, емоційно-забарвлені образи поведінки й рис характеру чоловіків і жінок, які втілюються в усіх сферах життя індивіда: у самосвідомості, в міжособистісному спілкуванні, в між груповій взаємодії. Як і будь-які інші соціальні стереотипи, гендерні стереотипи визначають процес сприйняття оточуючих людей і впливають на активне конструювання соціальної реальності з використанням закладеної в них інформації” [7].

Стереотипне уявлення про осіб чоловічої та жіночої статі у західній культурі полягає у тому, що чоловіки є більш агресивними, конкурентоспроможними та орієнтованими на цілі, тоді як жінок вважають більш пасивними, готовими до співпраці та експресивними. Раніше припускали, що цей поділ ґрунтується на вроджених відмінностях у рисах, характеристиках і темпераменті осіб чоловічої та жіночої статі. Згідно з цим контекстом рівень прояву рис маскулінності / фемінінності часто використовували для діагностики так званих проблем базової гендерної ідентифікації.

Тепер ми розуміємо, що фемінінність і маскулінність не є вродженими характеристиками, а такими, що базуються на соціальних та культурних умовах. Антрополог Маргарет Мід розглянула питання про відмінності у темпераменті осіб чоловічої та жіночої статі у книзі «Sex and Temperament in Three Primitive Societies» (1935). Це раннє дослідження привело до висновку,

що очевидної різниці у рисах характеру чи темпераменті осіб чоловічої та жіночої статі немає. Спостережувані відмінності у темпераменті чоловіків та жінок не були функцією їхніх біологічних відмінностей. Вони радше були наслідком розбіжностей у соціалізації, вихованні та культурних очікувань, які стосуються кожної статі [42].

Як ключові компоненти соціальної структури, статуси та ролі дозволяють нам організовувати своє життя послідовним, передбачуваним способом. У поєднанні з усталеними нормами вони визначають нашу поведінку і полегшують взаємодію з людьми, які займають різні соціальні статуси, незалежно від того, знайомі ми з ними чи ні. Проте у такого передбачуваного світу є підступна сторона. Коли нормативна рольова поведінка стає занадто жорстко визначеною, наша свобода дій часто опиняється під загрозою. Такі суворі визначення пов'язані з розвитком стереотипів – надто спрощених уявлень про те, що люди, які займають одну статусну групу, поділяють певні спільні риси. Хоча стереотипи можуть містити позитивні риси, найчастіше вони складаються з негативних, які потім використовуються для виправдання дискримінації членів певної групи. Статуси чоловіка і жінки часто стереотипізовані відповідно до рис, якими вони, як передбачається, володіють в силу своїх біологічних характеристик. Згідно зі стереотипами, жінок сприймають як легковажних і ненадійних, оскільки вони володіють неконтрольованими вируючими гормонами, які викликають непередбачувані емоційні спалахи. Приписування негативних стереотипів може стати причиною сексизму, переконання, що статус жінки є нижчим за статус чоловіка [33].

У широкому розумінні термін «сексизм» означає упереджене ставлення, дискримінацію людини за ознакою статі чи гендерною ідентичністю. У суспільстві сексизм може бути представлений у вигляді системи стереотипів, офіційно закріплених положень чи навіть ідеології. В основі сексизму лежить переконання про перевагу однієї статі над іншою. Основним противником сексизму виступає фемінізм. У гендерній теорії розрізняють три види сексизму: інституційний – дискримінація на рівні суспільства та його інститутів,

міжособистісний – дискримінація людини іншою людиною і внутрішній – коли людина сама тиражує дискримінаційні установки до власної статі, приймаючи їх за істину [19].

Чоловіки не захищені від негативних наслідків сексизму, але жінки частіше відчують його, оскільки приписані їм статуси, на відміну від чоловіків, є більш стигматизованими. У порівнянні із чоловіками, жінки більш схильні займати статуси, пов'язані з діяльністю вдома та за його межами, які асоціюються з меншою владою, престижем і меншою оплатою або її відсутністю. Переконання про неповноцінність через біологічні характеристики укріплюються, а потім використовуються для виправдання дискримінації, спрямованої проти жінок [33].

Важливо відрізнити гендерну ідентичність від інших гендерних концепцій, таких як гендерні ролі, які є поширеними у суспільстві очікуваннями щодо поведінки людини в залежності від її статі. Концепція гендерної ідентичності також відрізняється від гендерних стереотипів, які є спільними поглядами на риси особистості, часто пов'язані зі статтю, наприклад, чоловіча ініціативність та жіноча експресивність. А гендерна ідентичність, у свою чергу, відрізняється від гендерних установок. Хоча гендерні ролі, гендерні стереотипи та гендерні установки впливають на гендерну ідентичність людини, вони не тотожні гендерній ідентичності.

З соціологічної точки зору, гендерна ідентичність включає в себе всі значення, які застосовуються до людини на основі її гендерної ідентифікації. У свою чергу, в залежності від того, яким чином людина себе ідентифікує, змінюється її поведінка. Людина з маскулінною ідентичністю повинна діяти більш мужньо, тобто демонструвати риси маскулінності (проявляти домінантну поведінку, бути самостійним). Варто відзначити, що важлива не сама поведінка, а значення, які ця поведінка має [42].

Виховання чоловіків та жінок та ставлення до них у суспільстві є різним, і ці відмінності породжують і зберігають нерівність. Для того, аби зрозуміти ці нерівності, вчені зосереджують свою увагу на дослідженні гендерних відносин.

Оскільки гендерні відносини є результатом соціальної взаємодії, то вони також динамічні. Те, що вважається маскуліним чи фемініним, залежить від культури, часового періоду, соціального статусу та віку індивідів.

Гендер вбудований у соціальні відносини на всіх рівнях. На гендерній основі суспільство організовується таким чином, що те, що прийнято вважати маскуліним чи фемініним, впливає на розподіл праці. Гендерні відносини є систематичними, вбудованими у моделі поведінки так, що вони сприймаються як щось належне. Крім того, гендерні відносини лежать в основі гендерних ролей – моделей очікуваної поведінки жінок та чоловіків у соціумі відповідно до певних соціокультурних умов. Гендерні ролі підкріплюються ідеологіями (системами вірувань), які виправдовують доцільність такої поведінки [28].

Як і всі соціальні стереотипи, гендерні стереотипи зазнають змін по мірі того, як змінюються соціальні уявлення та норми. Стереотипи про жінок та чоловіків, якщо мова йде про «жінку та чоловіка взагалі», не враховуючи вік, національність, соціальний статус, за останні сто років, безперечно, змінилися – вже немає однозначних уявлень про чоловіка, як єдиного годувальника і захисника сім'ї, та про жінку, як слабке, повністю безпорадне створіння. Такі зміни були спричинені різким зростанням ролі жінки на виробництві та в суспільстві. Тим не менше, можна констатувати, що зміни гендерних стереотипів відбуваються значно повільніше, ніж зміни соціальних реалій.

Гендерним стереотипам характерний високий ступінь схожості (єдності) уявлень. Вчені визначають образи маскулінності та фемініності стереотипними, якщо їх поділяють 75 відсотків індивідів у межах певної соціальної спільноти. Також гендерні стереотипи є нормативними. Оскільки уявлення про те, яким має бути «справжній чоловік», як повинна себе вести жінка в тій, чи іншій ситуації, та навіть як їм потрібно одягатися є загальноприйнятими, реальні чоловіки та жінки не можуть їх ігнорувати.

Починаючи з народження, уявлення про свою стать формуються в соціальних ситуаціях, що впливають із постійної взаємодії зі значущими людьми, такими як батьки, однолітки та вихователі. Хоча люди спираються на

спільні культурні уявлення про те, що означає бути чоловіком чи жінкою в суспільстві, які передаються через такі інституції, як релігія чи освітня система, вони можуть вважати себе такими, що відходять від чоловічої чи жіночої культурної моделі. Людина може називати себе жінкою, але замість того, щоб бачити себе в стереотипному жіночому образі, наприклад, бути експресивною, теплою та покірною, вона може сприймати себе дещо стереотипно чоловічим способом, наприклад бути агресивною, раціональною і домінуючою. Річ у тім, що люди бачать себе в жіночо-чоловічому вимірі значення, дехто є більш жіночим, хтось більш чоловічим, а хтось, можливо, поєднує обидва. Саме це значення в жіночо-чоловічому вимірі є їхньою гендерною ідентичністю, і саме воно керує їхньою поведінкою [24].

Чому виникають гендерні стереотипи, і чому вони настільки стійкі?

У гендерних дослідженнях існують декілька теорій стосовно цього питання. Перша, яка має назву «зерно істини», базується на припущенні, що гендерні стереотипи мають під собою деяку базу – вони відображають фактичні відмінності між особами різної статі, хоча й перебільшують їх. Згідно з іншою теорією, концепції соціальних ролей та гендерні стереотипи виникають у результаті відмінностей у соціалізації хлопців та дівчат [27]. Акцент теорії когнітивного розвитку робиться на придбанні дітьми обізнаності про навколишній світ – унаслідок пізнання світу, вони вивчають і гендерні стереотипи. А «теорія гендерної схеми», яка не суперечить змісту двох останніх концепцій, вимагає враховувати в придбанні гендерних стереотипів культурний аспект.

Також серед причин виникнення гендерних стереотипів слід виокремити наступні: реалізація принципу найменшої витрати зусиль, який є характерним для повсякденного мислення людини, та захист цінностей суспільства.

У структурі гендерних стереотипів можна виділити два рівня: персональний (особистісні уявлення) та культурний (соціально-колективні уявлення) [27]. Останні можуть існувати у вигляді уявлень про особисті якості

чоловіків та жінок, у тому числі й фізичних, та про гендерну специфіку соціальних ролей та занять.

Яким є безпосередній зміст гендерних стереотипів?

Згідно з дослідженнями, які проводилися неодноразово, у стереотипному образі чоловіка, по-перше, присутні якості, які взаємопов'язані з діяльністю та активністю: заповзятість, рішучість, наполегливість, відвага, самоконтроль, впевненість у власних силах, уміння вести бізнес. Жінці навпаки приписують такі якості як: пасивність, нерішучість, обережність, намагання дотримуватися норм, конформізм. По-друге, цілком чоловічими є характеристики, які зазвичай стосуються влади та управління – розум, лідерство, домінування, відповідальність, сила, легкість у прийнятті рішень і так далі. «Жіночими» є наступні характеристики: покірність, безпорадність, залежність, слабкість та упередженість. Можна помітити, що стереотипний образ маскулінності на відміну від образу фемінінності, є більш різноманітним за змістом, і крім того має більш позитивну оцінку [24].

Якості, які характеризують когнітивну сферу людини, також є полярними, як за змістом, так і за оцінкою. Наприклад, логічність, раціональність, схильність до роздумів, гострий розум та об'єктивність приписують чоловіку; ірраціональність, нелогічність, нездатність до об'єктивного сприйняття дійсності і навіть дурість – жінці. Єдиним соціально схвалюваний атрибутом жінки в когнітивній сфері є інтуїція. Цю якість досить часто протиставляють обмеженості розуму чоловіків.

З психологічної точки зору чоловіки та жінки відрізняються у тому, як вони діють та як спілкуються. Існують дві основні групи досліджень гендерних відмінностей у стилях спілкування: академічні дослідження та популярна література. Академічні дослідження вказують на основні відмінності в характеристиках і особливостях розмови між статтю, тоді як науково-популярні дослідження зосереджуються на основних стилістичних відмінностях у розмові між чоловіками та жінками. Окрім відмінностей у стилях спілкування, чоловіки та жінки відрізняються також тим, яким чином вони впливають на інших

людей. Гендерні відмінності у стилях спілкування та тактиках впливу стали причиною виникнення стереотипних гендерних ролей, які позначаються на поведінці чоловіків та жінок на робочому місці.

Згідно з дослідженнями, найбільша різниця між особами чоловічої та жіночої статі та їх стилем спілкування полягає у тому, що чоловіки та жінки по-різному сприймають головну мету розмови. Академічні дослідження психологічних гендерних відмінностей показали, що у той час як жінки використовують спілкування як інструмент для зміцнення соціальних зв'язків і створення стосунків, чоловіки використовують мову з метою домінування та досягнення результатів. Жінки, загалом, більш експресивні, невпевнені та ввічливі в розмові, тоді як чоловіки більш наполегливі, різкі та прямолінійні [35].

Проте згодом такі твердження почали викликати сумнів, адже навряд чи можна схарактеризувати навіть у загальних рисах мовлення усіх жінок та чоловіків у межах певної лінгвокультури. Очевидно, що суттєву роль тут відіграють не лише гендерні, але й інші соціальні чинники (вік, соціальний статус, рівень освіти, рід занять, місце проживання тощо). Таким чином, більш доцільним видається вести мову не про особливості вербальної поведінки осіб різної статі, а про наявні в суспільстві стійкі думки про представників цих статей.

Гендерній стереотипізації піддаються характеристики пов'язані з процесом міжособистісної взаємодії. У цьому випадку баланс позитивної оцінки зміщується на користь жіночності. Жінці приписують жертвність, м'якосердя, турботливість, тактовність, ввічливість, схильність до прояву почуттів, ніжність, сором'язливість і скромність, любов до дітей. Серед негативних характеристик можна відзначити ті, які наділялися жінці ще середньовічною традицією – мінливість, хитрість, балакучість, боязкість, метушливість. У чоловічому стереотипі присутні як прямота, так і суміжні з нею нетактовність і грубість, як самовладання, виваженість, надійність, так і черствість [24].

Стереотипізації піддається також набір соціальних ролей. Маскулінність традиційно пов'язують із публічною сферою – активною участю в житті суспільства, а фемінінність з приватною сферою – сім'єю, вихованням дітей. Чоловік розглядається насамперед як робітник та громадянин, а жінка – як дружина та мати [31].

Американська соціолінгвістка Д. Таннен, у своїй праці, бестселері «Ти мене не розумієш» (You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation), запропонувала навіть «теорію двох культур». На думку дослідниці, розмова представників обох статей представляє собою комунікацію різних мовленнєвих спільнот, бо, на її думку, відмінності у мовленні статей сягають коренями раннього дитинства, коли і утворилися ці різні «світи чоловіків та жінок» [43].

Інша відома праця під назвою «Чоловіки з Марса, жінки з Венери» (англ. Men Are From Mars, Women Are From Venus) також підкреслює ідею відмінності між жінками та чоловіками, підтримуючи «теорію двох культур». У своїй книзі, американський психотерапевт і провідний спеціаліст в області стосунків та особистісного розвитку Джон Грей, головну увагу приділяє опису протилежної природи чоловіків та жінок. Автор не намагається знайти схожості та манери поведінки, а навпаки акцентується на відмінностях. Книга Грея є одним із найважливіших еталонних творів літератури 20 століття про відмінності в спілкуванні між представниками чоловічої та жіночої статі. Він припускає, що чоловіки та жінки настільки сильно різняться у своїх підходах до спілкування, що можна сказати, ніби вони з різних планет. Як у своїй книзі пише Джон Грей: «чоловік та жінка допускають дві основні помилки у стосунках: 1. Жінки схильні давати поради там, де цього не потрібно робити, намагаються «переробити» чоловіків під себе. 2. Чоловіки наполягають на вирішенні проблеми, проте при цьому не приділяють належної уваги емоціям свого партнера.

Успіх допомагає чоловіку реалізовуватися та почувати себе потрібним, адже його зацікавленість базується не на емоціях, а на сутності речей. Жінкам не завжди вдається доступно розповісти про певну проблему, для них

важливіше поділитися своїми переживаннями стосовно неї, отримати ласку та співчуття, але не рішення. Саме тому надзвичайно важливим є вміння дослухатися один до одного та не давати порад» [35].

Однією з головних причин існування гендерних ролей є поділ праці на виключно чоловічу та жіночу. Одразу після народження дитини, залежно від її статті, будується відповідна модель виховання, яка придатна для соціалізації хлопців та дівчат. Успішність засвоєння відповідних гендерних ролей напряду впливає на людину на різноманітних рівнях спілкування. Варто відмітити, що «велика кількість пересічних людей впевнена у тому, що гендерні відмінності у поведінці спричинені виключно біологічно. Тисячі років тому розподіл праці за статтю був необхідним для виживання спільноти, адже при вагітності та протягом перших років життя дитини матір не дуже спритна та моторна, особливо на полюванні. Проте антропологи запевняють, що на полюванні поблизу житла жінки не поступалися чоловікам у майстерності. І між іншим, у наш час чоловіки вже давно не мисливці, не воїни і не єдині годувальники в сім'ї» [18].

Чи не найбільш переконливі докази проти ключової ролі біологічної детермінації гендерних ролей надходять від антропологів, чия робота про доіндустріальні суспільства демонструє деякі разючі гендерні варіації між різними культурами. Ці відмінності підкреслюють вплив культури на мислення та поведінку жінок і чоловіків.

Маргарет Мід була однією з перших вчених-антропологів, яка досліджувала культурні відмінності у гендері. У Новій Гвінеї вона знайшла три різні племена – Арапеш, Мундугумор і Чамбулі, - гендерні ролі яких сильно відрізнялися. У племені Арапеш обидві статі проявляли ніжність та турботу. Як жінки, так і чоловіки проводили багато часу піклуючись про своїх дітей та демонстрували те, що ми зазвичай називаємо материнською поведінкою. Тоді у племені Арапеш не існувало різних гендерних ролей і, фактично, обидві статі відповідали тому, що американці зазвичай називають жіночими гендерними ролями.

У племені Мундугуморів ситуація була зовсім іншою. У цьому випадку як чоловіки, так і жінки були жорстокими, конкурентними та лютими. Представники обох статей не проявляли особливу любов та турботу до своїх дітей, а навпаки часто їх фізично карали. Тоді у племені Мундугуморів не існувало розподілу за гендерними ролями, оскільки обидві статі відповідали тому, що у суспільстві вважається чоловічою гендерною роллю.

У племені Чамбулі Мід вдалося знайти докази існування різних гендерних ролей. Одна стаття проявляла домінантну поведінку, демонструвала лідерські якості та була наполегливою, тоді як інша стаття любила підбирати одяг, наносити макіяж тощо. Можна сказати, що саме у цьому племені, яке знаходиться у Провінції Східний Сепік, Мід вдалося знайти приклади наявності гендерних ролей, подібних до тих, які є в Сполучених Штатах. Проте існувала одна суттєва різниця. У племені Чамбулі саме жінки були домінуючою, наполегливою статтю, яка демонструвала лідерські якості у справах, що стосувалися племені, тоді як чоловіки були тими, хто носили різноманітне вбрання та макіяж.

Дослідження Маргарет Мід викликало бурю в наукових колах, оскільки воно кинуло виклик концепції біологічного погляду на статі, яка була надзвичайно популярною у ті часи. Деякі антропологи вирішили оскаржити висновки, які зробила пані Мід, оскільки вона, імовірно, намалювала надто спрощену картину гендерних ролей у цих трьох племенах. Інші антропологи, навпаки, стали на захист роботи Мід і зазначили, що велика кількість подальших досліджень виявила, що ставлення та поведінка, пов'язані зі статтю, значною мірою відрізняються в залежності від культури [8].

Також слід відмітити те, що існує зовсім небагато ролей, які фізіологічно детерміновані та притаманні лише одній статі та неможливі для представників протилежної статі. До таких належать жіночі ролі: вагітна жінка, дочка, мати, бабуса, дружина та чоловічі ролі: батько, чоловік, син. Натомість інші гендерні ролі зумовлені не біологічними, а соціальними та культурними чинниками.

Іншими словами, виховувати дітей, виконувати хатні обов'язки, брати участь у спортивних змаганнях та здійснювати наукові відкриття може будь-хто, незалежно від біологічної статі [18].

Також варто відзначити той факт, що на ранніх етапах життя у дітей формуються базові знання про основні відмінності між традиційними гендерними категоріями. Знання про певну стать та її ідентифікація можуть значною мірою впливати на поведінку дитини (наприклад, на вибір ігор та одягу) або стосунки з однолітками (гендерна сегрегація) [44].

Починаючи з дитинства, діти проводять більшу частину свого вільного часу разом з особами своєї статі і за цим принципом формують дружні стосунки. Ця тенденція називається гендерною сегрегацією і вона може виникнути через те, що діти однієї статі мають більше спільних інтересів та взаємодіють один з одним подібним чином. Відмінність у досвіді між групами дівчат та хлопців сприяє гендерній стереотипній поведінці та посилює ідентифікацію дітей зі своєю статтю. У дитинстві та підлітковому віці однолітки заохочують належну гендерну поведінку та критикують за порушення відповідних гендерних ролей. Пізніше прояв гендерної сегрегації починає зменшуватися, оскільки взаємодія підлітків з особами протилежної статі стає більш вільною [41].

Провідним концептуальним поглядом на те, як вибір компанії (хлопців чи дівчат) у ранньому віці впливає на розвиток дітей, є бінарний погляд на соціалізацію. Ґрунтуючись на своєму дослідженні про вибір дітьми друзів, які є представниками їхньої статі, Маккобі запропонувала ідею про те, що для вивчення типів взаємодії певної групи потрібен досить низький поріг впливу. Згідно з ідеєю порогового значення більшість дівчат дізнаються про «культуру дівчат» у зв'язку з тим, що вони проводять багато часу з представницями своєї статі. Незалежно від того, чи проводять дівчата 80 % свого часу разом, чи лише 30 %, вони будуть соціалізовані подібним чином. З цього випливає, що досвід соціалізації дітей з однолітками їхньої статі буде відносно однаковим для всіх членів групи. Цей погляд на соціалізацію можна інтерпретувати як такий, що

применшує акцент на індивідуальних відмінностях і підкреслює бінарну природу груп, тобто відмінності між двома статями. Згідно з цією точкою зору, лише відносно незначна взаємодія з групою однолітків відповідної статі вважається необхідною для засвоєння дітьми норм та стилів поведінки цієї групи [29].

Підлітковий вік є важливим періодом для статево-рольового розвитку. Деякі компоненти статево-рольової ідентичності, установок, поведінки та психологічного здоров'я сягають корінням у дитинство. Інші ж компоненти розвиваються у відповідь на унікальні фізичні та психологічні виклики підліткового віку. Характер статево-рольового розвитку залежить від індивідуальних факторів, а також від впливу на життя підлітка батьків, братів і сестер, однолітків, учителів та ін. [41].

Гендерні стереотипи та рольові обов'язки впливають на вибір кар'єри та зацікавленість певною сферою діяльності. Наслідком цього є високий рівень гендерної сегрегації робочої сили. У деяких професійних сферах частка жінок становить понад 90 % від загальної кількості робітників (наприклад, секретар, адміністратор, вихователь у дитячому садку), а у інших – менше 5 % (наприклад, механік, пілот літака). Робота, яка традиційно вважається жіночою, як правило, пропонує меншу кількість можливостей для кар'єрного зростання, нижчий рівень заробітної плати та є менш престижною на відміну від роботи, яка традиційно вважається чоловічою. Різниця у заробітній платі жінок і чоловіків становить близько 30–40 %, і цей розрив не скорочується. Керівні посади у сферах економіки, політики та науки майже повністю займають чоловіки. Крім того, як чоловіки, так і жінки, як правило, негативно ставляться до жінок, які перебувають при владі [37].

Також слід зазначити, що у більшості промислово розвинутих країн відсоток працюючих жінок безперервно зростав протягом останніх кількох років, тоді як відсоток працюючих чоловіків залишався майже незмінним. Однак гендерний розрив у рівні зайнятості скорочується досить повільно, оскільки кількість жінок залучених до ринку праці залишається значно нижчою

у порівнянні з чоловіками. Наразі близько 73 % всіх чоловіків і близько 58 % всіх жінок мають оплачувану роботу. Незважаючи на те, що сучасні жінки та чоловіки мають рівну базу знань, кар'єрні перспективи для осіб жіночої та чоловічої статі відрізняються як за горизонтальними, так і за вертикальними аспектами певної професії. Горизонтальні аспекти професії стосуються типу професії, а термін горизонтальна гендерна сегрегація стосується різниці у кількості чоловіків та жінок, які є представниками певних професій. Вертикальні аспекти професії стосуються внутрішніх структурних ієрархій, а термін вертикальна гендерна сегрегація описує нерівний розподіл чоловіків та жінок у професійній ієрархії, де чоловіки зазвичай займають більш престижні посади [25].

Якими є наслідки впливу гендерних стереотипів на суспільство? По-перше, гендерними стереотипами є уявлення, які поділяють у суспільстві. Тому людина, яка бажає бути частиною цього суспільства, намагається відповідати цим стереотипам і поводити себе відповідним чином. Так, данні досліджень показали, що чоловіки та жінки по-різному будують свою стратегію поведінки під час бесіди з роботодавцем в залежності від статі особи [34]. Ми помічаємо тих, хто не відповідає встановленому порядку і, як правило, засуджуємо їх. Наприклад, якщо чоловік візьме декретну відпустку з тієї причини, що заробітна плата його дружини значно більша, то такий вчинок спричинить негативну реакцію зі сторони суспільної думки. Таким чином, гендерні стереотипи є потужним важелем соціального контролю.

По-друге, гендерні стереотипи можуть негативно впливати на життєві домагання та досягнення жінок. Дж. Олпорт сформував ідею про те, що люди, які є жертвами упереджень, зазвичай розвивають у собі саме ті якості, які відповідають цим упередженням. Якщо характеристики жінки в суспільстві сприймаються як негативні, то жінки не лише їх поділяють, а й програмують себе на невдачу, розвивають у собі ці якості [27].

Гендерні стереотипи активно конструюють засоби масової інформації, які пропонують своїй аудиторії образи «ідеальних чоловіків» та «ідеальних жінок»,

і змальовують особливості їх взаємостосунків у різних сферах життя суспільства.

Реклама має силу маніпулювати людьми та перетворювати їх на одержимих споживачів, у той час як вони продовжують вірити, що за ними залишається право на свободу вибору. Рекламні кампанії впродовж довгого часу досить успішно використовують образи фемінінності та маскулінності. Раніше основна частина рекламних кампаній була орієнтована саме на чоловіків. Наприклад, сексистські рекламні кампанії були широко поширені у 70-х роках минулого століття, і у той же час феміністки відстоювали жіночий визвольний рух і лобіювали рівні права. Можна з упевненістю стверджувати, що у 21 столітті смаки і мислення людей суттєво, якщо не кардинально, змінилися. Зовсім не дивно, що значна частина досліджень, які вивчають гендерну проблематику у рекламі, зосереджена на зображенні жінок, а не чоловіків. Причина полягає у тому, що жінок традиційно зображували дбайливими, пасивними, часто нерозумними та такими, що мають лише декілька турбот у житті – зовнішній вигляд, чистоту вдома та благополуччя своїх дітей і чоловіка. Проте сучасні жінки стали частіше порушувати проблему їх несправедливої та образливої репрезентації у рекламі [38].

Також варто підкреслити, що суспільство, соціальні інститути, групи, політичні сили, публічні особи можуть і навмисне експлуатувати гендерні стереотипи з різноманітними намірами. Один із способів – апеляція до гендерної ідентичності людини з ціллю отримати бажаний тип поведінки. Така апеляція встановлює взаємозв'язок між формами поведінки індивіда і певними моделями маскулінності або фемінінності.

Що стосується конструювання гендеру і гендерних стереотипів, то тут необхідно мати на увазі, що гендерна асиметрія відтворюється у різноманітних сферах життя суспільства. Наприклад, у політичній, економічній, лінгвістичній та приватній сфері.

Теоретики соціального конструювання гендеру звертають увагу на те, що візуальне конструювання гендеру стає досить розповсюдженим явищем у

сучасному суспільстві і використовується для контролю над жінками таким самим чином, як колись використовувались інститути держави, сім'ї та церкви [30].

Сформований та закріплений у суспільстві «ідеал жінки» досить детально регламентує те, як вона повинна виглядати, тим самим розцінюючи її як об'єкт та нівелюючи її як особистість, що також сприяє посиленню гендерних стереотипів. Жінки намагаються відповідати цьому «ідеалу», вони спостерігають за тим, як інші (особливо чоловіки) дивляться на них. Це, у свою чергу, визначає не лише стосунки між жінками та чоловіками, але й ставлення жінок самих до себе. Таким чином жінка перетворюється на об'єкт [26].

Схожі механізми експлуатації гендерних стереотипів діють в економіці, у сфері взаємодії груп і між особових зв'язків, а також вони активно використовуються в дискурсі міжнародних відносин.

Важливу роль у конструюванні, відтворенні і закріпленні гендерних стереотипів у суспільстві відіграє мова. Критика патріархальної свідомості в мові і мовна реформа, яка націлена на усунення недостатності представлення образу жінки в мові та мовленні стала головною метою представників феміністичної лінгвістики.

Висновки до розділу 1

Поняття гендеру, яким на цей момент оперує ціла низка гуманітарних дисциплін, не має достатньо загальноприйнятого визначення. У нашій роботі, враховуючи її лінгвістичний характер, під терміном «гендер» розуміємо знання представників певної лінгвокультури про характерні риси осіб чоловічої та жіночої статі, об'єктивоване у вербальній комунікації. Це узагальнене знання розуміємо як стереотип, зокрема, услід за дослідниками розрізняємо стереотипи фемінінності та маскулінності.

Стереотипне знання охоплює декларативне, зокрема стереотипи уявлення (знання про те яким є представник певної гендерної групи) та процедуральне

знання, тобто стереотипи поведінки (знання про те, які поведінкові паттерни співвідносяться з уявленнями про представників певної гендерної групи).

Характерне для нашого часу розширення знань та уявлень про гендерну диверсифікацію вважаємо таким, що ще не отримало сталого закріплення у масовій свідомості, а отже не піддане стереотипізації. Стереотипи маскулінності подані знанням та уявленням про чоловіків як сильних, доміантних, відповідальних, рішучих, захисників та здобувачів-годувальників тощо. У той самий час, відповідно до стереотипів фемінінності, «жіночими» є наступні характеристики: покірність, безпорадність, залежність, слабкість, емоційність та упередженість.

Стереотипи маскулінності та фемінінності мають сталий характер. Вони формувалися упродовж століть. Разом із тим суспільні зміни, а саме: активне залучення жінки до усіх сфер суспільного життя, що є особливо характерним для американського суспільства, чинить певний вплив на традиційні стереотипні уявлення про жінку. В англосаксонському світі жінки прагнуть свободи та рівних прав із чоловіками, ці прагнення підтримуються на урядовому рівні через політику гендерної рівності. Але сучасні уявлення про роль жінки нашої хвилюються на певні перепони. Ці перепони, по-перше, спричинені фізіологічними чинниками: адже роль матері належить саме жінці, а також ментальними чинниками: в американському суспільстві чимало людей дотримуються консервативних поглядів, котрі не піддаються швидким змінам.

РОЗДІЛ 2

ЕТАПИ ТА МАТЕРІАЛ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Етапи дослідження

Загалом проведене дослідження охоплює три етапи. *На першому етапі* було сформовано теоретичні засади дослідження, а саме розглянуто поняття «гендеру», виявлено суть цього поняття у лінгвістичних дослідженнях, з'ясовано суть поняття «стереотип» та узагальнено описані дослідниками стереотипи маскулінності та фемінінності. На цьому етапі було використано *загальнонаукові методи аналізу та синтезу* для декомпозиції наявних концепцій, виокремлення з них положень, що стосуються нашої роботи та їх об'єднання у теоретичну базу дослідження. Також було використано *метод індукції* для формулювання гіпотези дослідження, у той час як *метод дедукції* знадобився на наступних етапах дослідження для верифікації цієї гіпотези. Індукцію описують, як такий метод наукового аналізу, що передбачає перехід від знання окремих фактів до загального знання на основі аналізу фактів. Дедукція є методом, що має зворотню спрямованість та передбачає перехід від знання загальних закономірностей до вивчення окремих проявів, тобто аналізу понять [5].

Другим етапом дослідження став добір його матеріалу. *Другий етап* охоплював *два кроки*. *На першому кроці* ми обрали джерело ілюстративних прикладів – англомовний автентичний ігровий кінотвір *Pretty woman* («Красуня»). *На другому кроці* з цього кінотвору було виокремлено усі висловлення головної героїні та головного героя, які в подальшому було кваліфіковано на основі їх відповідності або невідповідності традиційним стереотипам фемінінності / маскулінності.

Зрозуміло, що не всі висловлювання демонструють такі кореляції, тому на цьому етапі дослідження ми використали *такі методи*:

- *метод вибіркового добору* було використано для вибору вказаного кінофільму;
- *метод суцільної вибірки* знадобився для виокремлення зі скрипту даного фільму усіх висловлень головної героїні;
- *метод когнітивно-прагматичної інтерпретації* став у нагоді під час виявлення кореляцій між вибраними висловлюваннями та стереотипами маскулінності/ фемінінності.

Головним у дослідженні був його **третій етап**. На цьому етапі було з'ясовано яким чином висловлення героїні фільму – «сучасної Попелюшки» – відповідають, або не відповідають традиційним стереотипам фемінінності, а її «принца» – стереотипам маскулінності. Це також потребувало застосування *методу когнітивно-прагматичної інтерпретації*, а також *методу контекстуального аналізу*. «Когнітивно-прагматичний аналіз вимагає покрокової послідовної інтерпретації конкретного фрагменту комунікативної діяльності з урахуванням вербальних та невербальних чинників, що формують контекстуальний фон. Когнітивно-прагматичний аналіз включає аналіз невербальної складової поведінки суб'єктів дискурсу, який здатний підсилити пояснювальний потенціал когнітивно-прагматичного аналізу поруч із аналізом вербальної складової. Аналіз вербальних та невербальних елементів проводиться суміжно з реконструкцією та моделюванням концептуальної площини конкретного комунікативного фрагменту» [17]. Когнітивна інтерпретація передбачає певне узагальнення на достатньо високому рівні абстракції результатів опису значень вербальних одиниць для виявлення і формулювання когнітивних ознак.

У цій праці ми використаємо таке визначення дискурсу “дискурс – це зв’язний текст у сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами; це текст, що узятий у подієвому аспекті; це мовлення, яке розглядається як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємодії людей та механізмах їх свідомості (когнітивних процесах)” [21].

Контекстуальний аналіз - це дослідницький метод, що використовується для дослідження функціональної специфіки висловлень та їх значень. Цей метод спрямований на аналіз тексту (фрагменту тексту, речення), у якому використано досліджуване слово або висловлення, а також на аналіз залежності значення вербальної одиниці від певного контексту [11].

Ми також з'ясували, які зі стереотипів фемінінності / маскуліності та в яких пропорціях вербально втілено у спілкуванні головної героїні та головного героя з іншими учасниками. Це також передбачало використання *методу контекстуального аналізу* та *методу кількісного аналізу*. *Кількісні методи* в мовознавстві полягають у використанні підрахунків та вимірювань під час дослідження мови та мовлення людини. «Процедури та принципи кількісного аналізу спрямовані на виявлення частоти вживання певної мовної одиниці чи явища, а також встановлення співвідношення різних груп, видів та моделей виокремлених термінів» [12]. За допомогою кількісного методу було встановлене кількісне співвідношення досліджуваних одиниць та їхнє відсоткове співвідношення. Результати, отримані у ході кількісного аналізу, було подано із використанням *методу графічної презентації* у вигляді рисунків.

2.2. Матеріал дослідження

У якості матеріалу для проведення дослідження нами було обрано кінострічку *Pretty woman* («Красуня»). Для початку надамо коротку характеристику обраному кінофільму. Перш за все, кінофільмом називається «аудіовізуальний твір кінематографії, що складається з епізодів, поєднаних між собою творчим задумом і зображувальними засобами, та який є результатом спільної діяльності його авторів, виконавців і виробників» [10]. Кінематограф як продукт розвитку культури людства у великій кількості аспектів здатен як відображати вже існуючі гендерні стереотипи, так і створювати нові.

Фільм *Pretty woman* («Красуня») – це американська комедійна мелодрама 1990 року [40]. «Мелодрама є жанром художньої літератури, театрального мистецтва та кінематографу, твори якого розкривають духовний та чуттєвий світ героїв в особливо яскравих емоційних обставинах на основі контрастів» [15]. У 1991 році фільм здобув чотири номінації на премію BAFTA: найкращий фільм, найкраща жіноча роль, найкращий дизайн костюмів та найкращий оригінальний сценарій.

Головними героями фільму *Pretty woman* («Красуня») стали впливовий бізнесмен Едвард Льюїс, якого зіграв Річард Гір, та вулична повія Вів'єн Ворд, яку зіграла Джулія Робертс. За сюжетом кінострічки Едвард випадково заїхав на Голлівудський бульвар у квартал червоних ліхтарів, де і зустрів Вів'єн. Оскільки у Едварда є певні труднощі з тим щоб вести автомобіль, Вів'єн вказує йому шлях до готелю Beverly Wilshire Hotel, де він зупинився. З їхньої розмови стає зрозуміло, що Вів'єн знає про Лотус (спортивний автомобіль, який випускає компанія Lotus Cars) більше ніж він сам, тому Едвард і дозволив їй сісти за кермо. Вона взяла з нього 20 доларів і вони розійшлися. Проте тоді коли Вів'єн вже пішла до автобусної зупинки Едвард зупинив її і запропонував їй провести з ним вечір у готелі. Наступного дня Едвард запропонував Вів'єн зіграти роль його дівчини, за що він пообіцяв їй заплатити 3000 доларів, та провести з ним наступні шість днів. Вів'єн ніби потрапила в інший світ: розкішний готель, дорогий одяг, ресторани та опера були зовсім незвичними для неї. Прямолінійність та щирість Вів'єн сильно вплинула на Едварда, від чого він сам став змінюватися. Ділові стосунки між ними переросли у дещо більше. По завершенню шести днів Едвард просить Вів'єн залишитися з ним ще на одну ніч, звісно, якщо вона сама цього бажає, а не через те, що він її платить. Дівчина відмовляється. Едвард переосмислює власні погляди на життя, і коли він їде в аеропорт, аби повернутися до Нью-Йорку, то різко змінює своє рішення та вирушає до Вів'єн. З букетом квітів він піднімається пожежною драбиною до квартири, в якій його чекає Вів'єн. Фільм закінчується поцілунком закоханих.

Також варто відзначити, що цей кінофільм пройшов тест Бекдел. Тест Бекдел – це тест художнього твору на гендерну упередженість, метод оцінки зображення жінок у художній літературі. Згідно з цим тестом, фільм має відповідати наступним трьом критеріям: 1. є принаймні два жіночих персонажі 2. які розмовляють між собою 3. про щось, окрім чоловіків. Веб-сайт <https://bechdeltest.com> містить поповнювану користувачками та користувачами базу з близько 6,500 фільмами, класифікованими за тим, наскільки вони проходять тест, з доданою вимогою найменованості героїнь. Станом на квітень 2015 база налічувала 58 % фільмів, що задовольняють всім трьом критеріям, 10 %, що провалили одну вимогу, 22 % з двома незадовільними і 10 % фільмів, що провалюють всі три [20].

У процесі роботи було здійснено перегляд фільму [40] у той час як для проведення науково-практичного аналізу було використано скрипт цього фільму, який наявний у мережі Інтернет у вільному доступі [39].

Для проведення цього дослідження зі скрипту фільму, який є у загальному доступі [39] необхідно було виокремити та проаналізувати діалоги, які можуть містити у собі приклади гендерних стереотипів.

Загалом було виокремлено 45 висловлень, у яких реалізуються стереотипи фемінінності і 60 висловлень, у яких реалізуються стереотипи маскулінності.

Таким чином загальна кількість проаналізованих прикладів склала 105 одиниць.

Висновки до розділу 2

Для проведення дослідження нами було обрано автентичний ігровий кінотвір *Pretty woman* («Красуня»). Фільм здобув значну популярність та був перекладений багатьма мовами світу. Крім того, у 1991 році кінострічка отримала чотири номінації на премію BAFTA: найкращий фільм, найкраща жіноча роль, найкращий дизайн костюмів та найкращий оригінальний сценарій.

Вибір цього кінотвору обумовлений тими обставинами, що він не лише набув популярності у багатьох країнах світу, а також яскраво зобразив зміни стереотипів фемінінності, що вже утвердились в американському суспільстві в кінці 20 сторіччя.

Під час роботи зі скриптом кінофільму, який ми використовували для безпосереднього аналізу, було виокремлено усі мовленнєві ходи діалогів за участі головних героїв (Едварда та Вів'єн), а надалі з їхнього числа було вилучено ті мовленнєві ходи, або їхні частини, які не співвіднесені з вербалізацією гендерних стереотипів (метакомунікативні: привітання, вибачення тощо, інформативні запитання та ін.). Таким чином, було сформовано корпус ілюстративних прикладів до якого увійшли всі висловлення головних героїв, в котрих втілено гендерні стереотипи.

Загалом проведене нами дослідження охоплювало три етапи. Метою першого етапу було формування теоретичних засад дослідження, а саме розкриття суті таких понять як «гендер» та «стереотип». На другому етапі дослідження було обрано джерело ілюстративних прикладів, тобто кінострічку *Pretty woman* («Красуня»), після чого виокремлено усі висловлювання головної героїні та головного героя, які в подальшому було кваліфіковано на основі їх відповідності або невідповідності стереотипам фемінінності / маскулінності. Ключовим у дослідженні був його третій етап, на якому було з'ясовано яким чином висловлення героїні фільму – «сучасної Попелюшки» – відповідають, або не відповідають традиційним стереотипам фемінінності, а її «принца» - стереотипам маскулінності. Також на третьому етапі всі обрані висловлення було проаналізовано у якісному та кількісному аспекті, тобто з точки зору їх кількісних параметрів. Результати, отримані у ході кількісного аналізу, було представлено у вигляді кругової діаграми.

РОЗДІЛ 3. ВІДТВОРЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У МОВЛЕННІ ГОЛОВНИХ ГЕРОЇВ КІНОФІЛЬМУ «КРАСУНЯ»

3.1. Відтворення стереотипів фемінінності у мовленні героїні

У 1990-х роках кінострічка *Pretty woman* («Красуня») за участі Джулії Робертс та Річарда Гіра викликав ажіотаж у феміністських колах країни. Це можна пояснити наступним чином: фільм показує глядачам, що ставлення до жінки на пряму залежить від її соціального статусу та сфери діяльності. Статус жінки оцінюють не з точки зору її особистісних якостей, а скоріше по тому, як оточуючі сприймають її у фізичному плані. Проте, як ми бачимо, незважаючи на своє становище та соціальний статус, головна героїня має почуття власної гідності та сили рухатися вперед.

Зі сторони Вів'єн може здаватися легковажною та недалекою, проте це не зовсім відповідає істині. Насправді, вона достатньо розумна жінка, якій чудово відомо, що своїми власними зусиллями та наполегливістю вона здатна забезпечити собі краще майбутнє. Вона не цурається брудної роботи та покладається лише на себе. Крім того, що Вів'єн прикладає багато зусиль, аби забезпечити себе та реалізувати власні цілі, вона також намагається допомагати іншим. Прикладом цього може слугувати сцена наприкінці фільму, у якій головна героїня віддає своїй близькій подрузі частину зароблених грошей, аби та змогла втілити свою мрію стати косметологом.

У групі висловлень головної героїні фільму *Pretty woman* («Красуня»), котрі кореспондують зі стереотипами фемінінності, було зокрема виявлено відповідність таким стереотипам: покірність та невміння висловлювати власні інтереси, розумова обмеженість, емоційність, швидка зміна настрою, легковажність, зацікавленість матеріальним.

Низка висловлень, продюкованих Вів'єн – головною героїнею кінофільму *Pretty woman* («Красуня»), вказують на відповідність її вербальної поведінки традиційним уявленням про жіночність, а саме такі риси жінок як

несамостійність, другорядність, безпорадність, покірність, залежність, ірраціональність, нелогічність.

Розглянемо послідовно всі ці риси, втілені у вербальній та невербальній поведінці героїні.

Риси фемінінності:

- **покірність та невміння відстоювати власні інтереси;**

Як приклад можна навести розмову головної героїні з двома продавцями-консультантами у магазині дорогого одягу.

Вів'єн хоче купити собі сукню, але на її запитання про ціну, продавчині, оцінивши її зовнішній вигляд, фактично відмовляються її обслуговувати. Зрештою вони стверджують, що Вів'єн не місце в цій крамниці і просять її залишити магазин. Вів'єн розгублена та мовчки виходить з крамниці:

(1) « *Vivian: How much is this?*

Saleswoman #1: I don't think this would fit you.

Vivian: Well, I didn't ask if it would fit. I asked how much it was. Saleswoman #2: It's very expensive.

Saleswoman #1: It's very expensive.

Vivian: Look, I got money to spend in here.

1. *Saleswoman #1: I don't think we have anything for you. You're obviously in the wrong place. Please leave». [39]*

У цьому прикладі стереотип фемінінності втілено позавербально. У цій ситуації поведінка головної героїні повністю відповідає стереотипним уявленням про жінок. Різкі слова на адресу Вів'єн виводять її із стану рівноваги і замість того аби відстояти свою правоту героїня просто йде геть.

- **розумова обмеженість;**

Прикладом цього стереотипу фемінінності слугує сцена, яка відбувається в номері готелю, де зупинилися Вів'єн та Едвард. Головна героїня одразу не зрозуміла натяк консьєржа стосовно чайових і коли Едвард сам підійшов до чоловіка і дав йому гроші, Вів'єн висловлює власну негативну оцінку.

(2) «*Room service attendant: It'll be on your bill, Mr. Levis.*

Edward: Thank you. The attendant doesn't move away and remains close to Vivian, staring at her.

Vivian: What are you looking at? The attendant clears his throat. Vivian: What is he looking at?

Edward walks toward the attendant, and gives him some tip money.

Edward: Ah, yes. Here you go. Thank you very much.

Room service attendant: Thank you very much, sir. Have a nice night. The attendant walks out of the room. Edward walks to the bar.

Vivian: A tip. Wow. I missed that one. Oh. (in a much softer voice) Stupid».
[39]

У цьому прикладі стереотип фемінінності об'єктивовано вербально: за допомогою лексичної одиниці із негативно-оцінним значенням: «*Stupid*».

У іншій ситуації Вів'єн цікавиться у Едварда, чим він займається. Коли чоловік розповідає їй про свою бізнесову діяльність, героїня настільки приголомшена його словами, що навіть поперхнулася їжею. Далі вона висловлює свій подив та захоплення чоловіком, та вказує на свою нижчу позицію.

(3) «*Vivian: So what do you do?*

Edward: I buy companies.

Vivian: What kind of companies?

Edward: Uh, I buy companies that are in financial difficulty.

Vivian: If they have problems, you must get them for a bargain, huh? Edward: Well, the company I'm buying this week, I'm getting for the bargain price of about one billion. She almost chokes on her pancake. Vivian: A billion dollars?

Edward: Yes.

Vivian: Wow. You must be really smart, huh? He chuckles.

Vivian: I only got through the eleventh grade. How far did you go in school?

Edward: I went all the way.

Vivian: Your folks must be really proud, huh?». [39]

У наведеному прикладі нижча позиція Вів'єн стосовно Едварда втілена у її висловленнях про те, що її рівень освіти не такий високий у порівнянні з Едвардом (*Vivian: I only got through the eleventh grade.*), а також у її висловленнях, що об'єктивують позитивну оцінку розумових здібностей Едварда (*Vivian: Wow. You must be really smart, huh? Vivian: Your folks must be really proud, huh?*). Усі разом ці висловлення у прямий та непрямий спосіб втілюють думку Вів'єн «Я не освічена як ти. Я не така розумна як ти».

- емоційність, швидка зміна настрою; залежність та безпорадність;

(4) «*Vivian: Not that I expect you to help me, but I have all of this, okay? I have to buy a dress for dinner tonight. And nobody will help me.*» [39]

У цьому прикладі емоційний стан Вів'єн засвідчений по-перше, організацією її мовленнєвої дії : пауза, перерване та неузгоджене висловлення («*I tried to go...get a dress on Rodeo Drive today, and the woman wouldn't help me. And I have all this money now and no dress!*») та окличне висловлення. Стереотип залежності втілено у висловленні (*Not that I expect you to help me, but I have all of this, okay?*), яке експліцитно вказує на те, що Вів'єн не може обійтись без допомоги Барні, а отже є залежною від нього. Залежність та безпорадність втілено у висловленні (*And nobody will help me*), це фактично означає, що Вів'єн не може обійтись без допомоги і сама вирішити проблему.

- любов до компліментів;

Комплімент є комунікативним посилом, який використовують для вираження схвалення або захоплення певними особливостями людини. Існує загальновідоме твердження, що «жінки люблять вухами». Пояснюють це тим, що мозок чоловіків та жінок певним чином відрізняється – у жінок більше розвинена ліва півкуля, а у чоловіків – права. Насправді ж цей факт не був підтверджений науковими даними. На даний момент наука не підтримує розподілення мозку людей на «чоловічий» та «жіночий». Найбільш науково-обґрунтована відповідь на питання, чи є різниця у когнітивних здібностях чоловіків та жінок, звучить так: невелика різниця існує, проте вона значно

менша ніж вважалося раніше. Скоріше за все, відмінності обумовлені не особливостями анатомії та фізіології жіночого мозку, а культурними та соціальними стереотипами.

Прикладом твердження, що «жінки люблять вухами» слугує наступний діалог головних героїв фільму.

Вів'єн зробила зауваження Едварду стосовно того, що він запізнився. На це чоловік зробив їй комплімент щодо її зовнішнього вигляду. Вів'єн посміхнулася і сказала Едварду, що пробачає його.

(5) «*Vivian: You're late. Edward: You're stunning. She laughs. Vivian: You are forgiven*». [39]

Спочатку Вів'єн дорікає Едварду через його запізнення, але коли він висловлює комплімент щодо її зовнішнього вигляду, її позиція змінюється: позавербальний компонент (*She laughs*) та висловлення (*You are forgiven*) засвідчують зміну позиції героїні, об'єктивуючи стереотип фемінінності **любов до компліментів**, а також додатково такий стереотип як **зміна настрою**.

- **легковажність, схильність до маніпуляцій;**

Цю рису часто вважають характерною жінкам, оскільки вважається, що жінки використовують власну недалекість та інфантильність заради отримання бажаного. Також часто жінки використовують різні маніпулятивні прийоми, аби привернути до себе увагу. Вів'єн запитала у Едварда, чи врятує він її якщо вона раптом випаде з балкону. Чоловік відповів, що він не жартує і попросив її злізти з балконної перегородки. Замість цього жінка нахилилася ще далі, повідомивши Едварду що тут дуже високо і що вона не тримається. Коли Вів'єн зрозуміла, що Едвард не в гуморі, то спустилася з балконної перегородки. Приклад такої поведінки можна проілюструвати наступним діалогом головних героїв:

(6) “*Vivian: Would you... Would you rescue me if I fell?*

Edward: Vivian, I'm serious. Come... I'm not looking.

Vivian: It's really high. Vivian: Look, no hands, no hands! Okay, all right. I'm sorry”. [39]

Вів'єн хоче у маніпулятивній формі дізнатись у Едварда наскільки вона дорога для нього. З цією метою вона вдається до позавербальної дії (вилазить на балконну перегородку) та вербальної дії (*Would you... Would you rescue me if I fell?*). Коли Едвард не надає бажаної відповіді і навіть відмовляється дивитися на неї, Вів'єн намагається продовжувати, залякуючи його (*Vivian: It's really high. Vivian: Look, no hands, no hands!*), але зрозумівши, що вона не може досягти бажаної мети, героїня відмовляється від неї.

- зацікавленість матеріальним;

Загальновідомим та розповсюдженим є стереотип про те, що «жінка повинна бути вродливою». Підтвердження цього стереотипу ми постійно знаходимо в рекламі косметики, парфумерії, засобів для догляду за волоссям та ювелірних прикрас. У підсвідомості людей міцно закріпилася думка про те, що жінка у будь-якій ситуації має виглядати неперевершено, подобатися всім довкола, бути марнотратницею грошей (якими її забезпечує чоловік), обожнювати фірмовий одяг та коштовні прикраси.

Наведені нижче висловлювання головної героїні слугують підтвердженням цього стереотипу про жінок (у цьому фрагменті йдеться про вишукане і дороге намисто, яке Едвард взяв напрокат для Вів'єн)

(7) “*Vivian: They really let you borrow this from the jewelry store? Edward: I'm a very good customer.*

Vivian: If you were gonna buy this, how much would it cost?

Edward: Quarter of a million.

Vivian: A quarter of a million dollars? ”. [39]

Вербальним втіленням цього стереотипу є запитання Вів'єн про ціну намиста, яке можна розглядати і як натяк на спонукування Едварда не тільки взяти напрокат, але й придбати це намисто для неї.

- підлеглість та залежність від чоловіка;

Прикладом цього стереотипу слугує діалог Вів'єн з менеджером готелю на ім'я Барні. Йому одразу стало зрозуміло що вона не є зареєстрованим гостем готелю. Чоловіка цікавить чи є у Вів'єн ключ і з ким вона тут залишилася.

Вів'єн не може згадати прізвище Едварда, тому Барні вирішує поговорити з нею наодинці.

(8) *«Barney: No, no. It's all right. Just come with me. We'll have a little chat. Thank you. Dennis, thank you.*

Vivian: I'm coming. I'm coming.

Barney: Uh, what is your name, miss?

Vivian: What do you want it to be?

Barney: Don't play with me, young lady.

Vivian: Vivian». [39]

Вербальним втілення цього стереотипу є висловлювання головної героїні. Коли Вів'єн намагається якось згладити ситуацію, вона вирішує пофліртувати з Барні (*«Barney: Uh, what is your name, miss? Vivian: What do you want it to be? »*), проте їй це не вдається (*«Barney: Don't play with me, young lady.»*).

- низький рівень освіти;

Цей стереотип знаходить своє втілення, зокрема у такому лінгвальному явищі як неформальні скорочення. «Неформальні скорочення – це скорочені форми, які використовуються в усному, і часто швидкому, мовленні. Вони не вважаються сленгом, але їх вживання допустиме лише у неформальному спілкуванні». Зі скрипту фільму бачимо, що головна героїня фільму досить часто вживає неформальні скорочення, а саме скорочення *«gotta = have got to»* та *«gonna = going to»*. Здійснивши аналіз скрипту фільму «Красуня», нами було встановлено, що загальна кількість вжитих головною героїнею неформальних скорочень, дорівнює 33.

Крім цього ми вважаємо доцільним звернути увагу на використання головною героїнею сленгу у розмовній мові. У сучасній англійській мові сленг є активною складовою живої розмовної мови та виражає все різноманіття інтересів суспільства, оцінки різноманітних явищ різними представниками суспільства, які можуть належати до різних професіональних або соціальних груп. У сучасній лінгвістиці досі не існує однозначного визначення терміну «сленг». За словами відомого американського лінгвіста Ч. Фріза, термін

«сленг» настільки розширив своє значення і сферу використання, що досить складно проаналізувати що є сленгом, а що ні. Найбільш загальним та зрозумілим є наступне визначення терміну «сленг»: сленг – це нелітературна лексика, тобто слова та словосполучення, які знаходяться за межами літературної мови – з точки зору вимог сучасної літературної мови.

Зі скрипту фільму «Красуня» бачимо, що сленг головною героїнею було вжито 3 рази. У першому випадку, коли Вів'єн запропонувала Едварду не йти на ділову зустріч і залишитися разом з нею у готелі, вона використала дієслово «veg out», яке означає проводити час ліниво та пасивно.

“Vivian: Let's watch old movies all night. We'll just veg out in front of the TV”. [39]

Наступного разу, під час прогулянки містом, головною героїнею була вжита фраза «to cop a squat», яка означає присісти та словосполучення «snap dog», що є іншою назвою традиційного американського хот-догу.

“Vivian: Well, I'm gonna give, um... you'll buy a snap dog. We'll cop a squat under a tree somewhere. Edward: Cop a what? Vivian: Cop a squat”. (39)

3.2. Порухення стереотипів фемінінності у мовленні героїні

Поряд із мовленнєвими та немовленнєвими діями, які кореспондують із стереотипами фемінінності, у ході аналізу ми зафіксували і такі, що суперечать цим стереотипам та є навпаки втіленням рис маскулінності. До них, зокрема, належать такі:

- вміння постояти за себе;

Починаючи з першої зустрічі, Вів'єн веде себе досить впевнено і самодостатньо, що одразу привертає увагу Едварда. На будь-які саркастичні фрази у свій бік вона відповідає прямо. Можна здогадатися, що Вів'єн не з тих, хто дозволяє ображати себе.

(9) *«Vivian : Look, I use condoms always. I get checked out once a month at the free clinic. Not only am I better in the sack than an amateur, I am probably safer.*

Edward: I like that. That's very good. Should have that printed on your business card.

Vivian: If you're making fun of me, I don't like it. Edward: No, I'm not making fun of you. Edward: No, I'm not making... I'm not. I wouldn't offend you. I'm sorry». [39]

У цьому прикладі порушення стереотипу фемінінності об'єктивовано вербально: «*Vivian: If you're making fun of me, I don't like it.*». Головна героїня чітко дає зрозуміти, що їй не подобається і що Едварду не слід із нею так розмовляти.

- домінування, керівна роль жінки, яка суперечить стереотипу про керівну роль чоловіка;

Коли за сюжетом фільму Вів'єн взяла на себе керування автомобілем можна помітити, що вона відчуває себе абсолютно розслаблено та рішуче. Вона ніби переймає на себе повноваження лідера. Вів'єн дає Едварду чіткі вказівки стосовно того що йому робити.

(10) «Vivian: Fasten your seat belts. I am taking you for the ride of your life. I'm gonna show you what this car can really do. Are you ready? Edward: I am ready. Vivian: Hang on. Edward: Okay. Vivian: Here we go». [39]

У наведеному вище прикладі порушення стереотипу фемінінності об'єктивовано вербально за допомогою імперативних конструкцій: «*Vivian: Fasten your seat belts.*» та «*Vivian: Hang on.*».

Прикладом порушення стереотипів фемінінності слугує наведений нижче діалог головних героїв. У цій ситуації Вів'єн демонструє такі «чоловічі» риси як домінування, заповзятість, а також гострий розум. Вона розуміє, що може отримати для себе певну вигоду і тому діє та розмовляє досить рішуче.

(11) «Edward: No, I wanna find Beverly Hills. Can you give me directions? Vivian: Sure. For five bucks. Edward: Ridiculous. Vivian: Price just went up to ten. Edward: You can't charge me for directions. Vivian: I can do anything I want to, baby, I ain't lost». [39]

У даному випадку порушення стереотипу фемінінності втілено вербально («*Vivian: I can do anything I want to, baby, I ain't lost*») та позавербально

(промовивши фразу головна героїня демонстративно повернулася до Едварда спиною).

- обізнаність у сфері, яка вважається суто чоловічою;

Під час першої зустрічі Вів'єн з Едвардом, головна героїня продемонструвала свою обізнаність в автомобілях, що приголомшило чоловіка.

(12) *«Vivian: This has pedals like a race car. They're really close together. So, it's probably easier for a woman to drive, because they have little feet. Except me. I wear a size nine».* [39]

У цьому прикладі порушення стереотипу фемінності втілено вербально: *«Vivian: This has pedals like a race car. They're really close together. So, it's probably easier for a woman to drive, because they have little feet».*

Як вже зазначалося раніше, значної різниці у когнітивних здібностях чоловіків та жінок насправді немає, а ці відмінності обумовлені не особливостями анатомії та фізіології жіночого мозку, а культурними та соціальними стереотипами. У свідомості кожної людини стать (біологічна категорія) міцно поєднана із соціальними ролями, тому можна вважати, що всі дії індивіда певною мірою визначені наперед: психологічні якості, види діяльності, чоловічі та жіночі професії, моделі поведінки. Таким чином, біологічні відмінності людей стають ознаками соціальних відмінностей, вагомою причиною для визначення та самовизначення індивіда у суспільному просторі.

- прямолінійність та гарне почуття гумору;

Згідно зі стереотипами маскулінності та фемінності жіночими вважаються такі характеристики як: пасивність, нерішучість, обережність та слабкість. Проте наведені нижче висловлювання головної героїні суперечать цим стереотипним уявленням про жінок:

(13) *«Vivian: MM-hmm. You know, you could pay me. That's one way to maybe break the ice»* та (6) *«Listen, I... I Appreciate this whole seduction scene you've got doing, but let me give you a tip: I'm a sure thing, okay? So, I'm on an hourly rate. Could we just move it along?».* [39]

Вів'єн чітко дає зрозуміти Едварду, що вона все-таки знаходиться на роботі і тому декілька разів нагадує чоловіку про те, що час плине. У даному випадку порушення стереотипів фемінінності втілено вербально: стверджувальними реченнями («*You know, you could pay me. That's one way to maybe break the ice*») та питально-спонукальним реченням («*Could we just move it along? »*).

- прямота та відсутність підтексту у висловлюваннях;

Прямота вважається характеристикою чоловіків, яка протиставляється «жіночій» стриманості та тактовності. У наведеному нижче діалозі головна героїня демонструє саму цю характеристику, тим самим порушуючи один із стереотипів фемінінності.

(14) «*Gretchen: Uh, she's just being testy. Edward's our most eligible bachelor. Everybody is trying to land him. Vivian nods her head and answers Gretchen with a sardonic tone. Vivian: Well, I'm not trying to land him. I'm just using him for sex*». [39]

Після того як Едвард представив Вів'єн сестрам Олсен, одна з жінок (Гретхен) вирішує завести бесіду із головною героїнею. Гретхен каже Вів'єн, що Едвард заavidний наречений, яким зацікавлена велика кількість жінок, на що головна героїня, дещо уїдливо, відповіла: «Я на нього не полюю. Я лише сплю з ним».

У наведеному вище прикладі порушення стереотипів фемінінності об'єктивовано вербально: «*Vivian: Well, I'm not trying to land him. I'm just using him for sex*» та позавербально: «*Vivian nods her head and answers Gretchen with a sardonic tone*».

3.3. Кількісні параметри гендерних стереотипів, вербально втілених головною героїнею фільму «Красуня»

Після проведення якісного аналізу висловлювань головної героїні, котрі кореспондують/ не кореспондують зі стереотипами фемінінності, нами було

здійснено підрахунок даних одиниць для встановлення їх загальної кількості, тобто було проведено кількісний аналіз.

Загалом кількість висловлювань, що кореспондують зі стереотипами маскулінності та фемінінності склала 56 одиниць. Цю кількість ми прийняли за 100 %.

Кількість одиниць, у яких спостерігається відтворення стереотипних уявлень про жінок становить 38, або 70 %. Кількість висловлювань, у яких порушуються стереотипи фемінінності склала 18 одиниць, або 30%. Отримані кількісні дані ми вирішили проілюструвати за допомогою кругової діаграми, зображеної на рис. 3.1.



Рисунок 3.1. Співвідношення відтворення/порушення стереотипів фемінінності у комунікації головної героїні фільму «Красуня»

Як помітно, відтворення стереотипів фемінінності значно більше (2/3 частини), а порушення менше (1/3 частини відповідно). Це говорить про те, що хоча в американському суспільстві спостерігався відхід від традиційних уявлень про чоловічі та жіночі соціальні ролі, він все-таки був досить повільним.

Таким чином, можна зробити висновок, що кількість висловлювань, які кореспондують зі стереотипними уявленнями про жінок є значно більшою у порівнянні із висловлюваннями, які демонструють порушення стереотипів фемінінності. Отриманні дані можна пояснити наступними чинниками, а саме: стійкість та стабільність гендерних стереотипів в цілому; жанр фільму; рік виходу стрічки та інше. Зокрема стереотипи фемінінності існували упродовж довгого часу, тому не дивлячись на такі важливі кроки, як започаткування феміністського руху, зростання ролі жінки на виробництві та в суспільстві, зміни гендерних стереотипів відбуваються дуже повільно.

Звісно, уявлення про жінок відрізняються у всіх культурах світу. Зокрема американське суспільство здатне до динамічних змін, проте вони відбуваються не так швидко. Взагалі, на гендерний чинник суспільство звернуло увагу не так вже й давно. Лише за останні 30 років у науці стали оперувати такими поняттями як «гендер», «соціокультурна стать», «статеворольова диференціація» та активно розробляти концепцію взаємовідносин чоловіків та жінок як соціально організованих груп зі своїми особливостями. Також варто звернути увагу на жанр фільму. Кінострічка *Pretty woman* («Красуня») є комедійною мелодрамою, тому у ній присутні певні стереотипи, які притаманні фільмам цього жанру. Одним із таких є, наприклад, класичний стереотип про слабку та беззахисну жінку, яку від ворожого світу може захистити лише справжній чоловік. Також слід врахувати, що досліджений фільм вийшов на початку 90-х років, а отже можна припустити, що за час, що минув (близько 30 років), стереотипи фемінінності зазнали подальших змін в американському суспільстві.

3.4. Відтворення стереотипів маскулінності у мовленні героя

У групі висловлень головного героя стрічки *Pretty woman* («Красуня»), котрі кореспондують зі стереотипами маскулінності, було виявлено відповідність наступним стереотипам: домінування, сила, впевненість у собі, лідерство, уміння вести бізнес, логічність та легкість у прийнятті рішень.

Переважає кількість висловлень, продукованих Едвардом – головним героєм кінофільму *Pretty woman* («Красуня»), вказують на відповідність його вербальної поведінки традиційним уявленням про мужність, а саме такі риси чоловіків як: домінування, сила, прямота, надійність, нетактовність, невразливість, холоднокровність, грубість.

Також Едвард не проявляє великий спектр емоцій, проте його не можна назвати цілком бездушним і не емоційним. Протягом майже усього фільму на його обличчі можна спостерігати легку усмішку, від якої віє впевненістю. Коли його щось дивує або обурює, то він реагує на це відповідним чином. Проте все одно, у переважній більшості випадків Едвард поводить себе стримано та обачно. Зустріч з Вів'єн, безперечно, певною мірою змінила його, проте не кардинально.

Такий стереотип в американському кіно з'явився ще в 1940-роках: ідеальний чоловік – це класичний костюм, впевненість у собі, стриманість та невразливість. Проте зараз, проблеми з вираженням власних почуттів та емоцій – не романтичний ідеал, а привід звернутися за допомогою до спеціаліста.

Едвард Льюїс, герой Річарда Гіра в кінострічці *Pretty woman* («Красуня»), є класичним прикладом казкового принца. Він багатий та успішний, тому вважає, що весь світ лежить біля його ніг. Для нього співвідношення влади та грошей є прямо пропорційним, тобто чим більше грошей, тим більше влади.

У цьому вбачаємо відтворення одного із стереотипів фемінінності, а саме:
- фінансова спроможність.

Підтвердженням цьому слугує відома сцена, у якій Едвард та Вів'єн відвідують магазин люксового одягу. Герой Річарда Гіра прямо повідомляю консультанту, що вони збираються витратити тут «непристойно велику суму грошей» :

(1) «*We're gonna need a few more people helping us. I'll tell you why. We're going to be spending an obscene amount of money in here. So we're going to need a lot more help sucking up to us. That's what we really like. You understand that*» [39]

Розглянемо інші риси маскулінності, втілені головним героєм:

– **домінування;**

Цей стереотип маскулінності найчастіше знаходить своє втілення у мовленні головного героя. Як приклад можна навести коротку розмову головного героя зі своїм колегою. Едвард у наказовій формі повідомляє чоловіку, аби той якнайшвидше привів всі справи до ладу, оскільки у неділю йому потрібно бути у Нью-Йорку.

(2) «*I want this whole thing... wrapped up as soon as possible. I gotta get to New York by Sunday. I got tickets to the Met*». [39]

У цьому прикладі стереотип маскулінності об'єктивовано вербально: через висловлювання (*I want this whole thing... wrapped up as soon as possible*). Засобом вербального втілення, зазначеного стереотипом маскулінності, тут слугує непрямий мовленнєвий акт директив.

– **лідерство;**

У іншій ситуації Едвард розмовляє по телефону зі своїм колегою та товаришем на ім'я Філіп. Останній радить головному герою не йти на ділову зустріч з містером Морсом. Проте Едвард не слухає Філіпа, і наказує йому якимось чином влаштувати цю зустріч.

(3) «*Philip: I wouldn't do it.*

Edward: Sure, you wouldn't. But do it anyhow. Tonight. Dinner. Set it up». [39]

У наведеному прикладі стереотип маскулінності втілено вербально у прямий спосіб, тобто за допомогою прямого мовленнєвого акту директива з використанням наказових речень (*But do it anyhow. Set it up*). Також варто відмітити, що під час серйозних розмов, які, наприклад, стояться ведення

бізнесу та грошей, висловлювання Едварда зазвичай короткі та несуть у собі тільки найважливішу інформацію.

– впевненість у собі;

Впевненість у собі, а також схильність ризикувати, є рисами, які у суспільстві прийнято приписувати представникам чоловічої статі. Наведений нижче приклад демонструє втілення цього стереотипу маскулінності у мовленні головного героя.

(4) *«Philip: You know? He's a feisty old guy. You know, we say the wrong thing... we could wind up in court.*

Edward: Well, you know, there's always a possibility that things are gonna go wrong. That's why I enjoy this so much». [39]

Філіп нагадує Едварду, аби той був обережнішим з Джеймсом Морсом, оскільки той досить небезпечний опонент. Товариш наголошує на тому, що якщо вони скажуть щось недоречно, то справа може дійти до суду. Проте Едвард зберігає спокій і говорить, що такий ризик йому навіть подобається. У цьому прикладі стереотип маскулінності об'єктивовано вербально через зміст висловлень: стверджуючи *Well, you know, there's always a possibility that things are gonna go wrong*, Едвард інформує співрозмовника про те, що він усвідомлює наявність ризику, а додаючи *That's why I enjoy this so much*, він пояснює, що отримує насолоду від ризику.

– холонокровність, легкість у прийнятті рішень;

Наведений нижче приклад дуже гарно демонструє холонокровність Едварда у справах, що стосуються бізнесу. Не дивлячись на всі пропозиції Джеймса Морса та його онука, головний герой стоїть на своєму і відмовляється йти на компроміс. Також можна помітити, що під час цієї розмови Едвард тримає руки схрещеними, що свідчить про певний рівень напруги.

(5) *«James Morse: Leave my company alone. Edward: I can't do that. I own ten million shares. James Morse: I'll buy your stock back. Edward: You don't have the money. David Morse: We will. We're getting a contract to build ten*

destroyers. Edward: There will be no contract. The contract is now buried in Appropriations Committee. And it will remain there». [39]

У прикладі (5) стереотип маскулінності втілено вербально за допомогою висловлень прагма-семантичного типу відмова (*There will be no contract. The contract is now buried in Appropriations Committee. And it will remain there*) та позавербально (Едвард тримає руки схрещеними).

– сміливість;

Ілюстрацією об'єктивації цього стереотипу маскулінності є вербальні дії Едварда у ході продовження діалогу, поданого у прикладі (4). Зокрема йдеться про дві останні фрази:

(6) «*James Morse: Watch out, Lewis. I'm gonna tear you apart.*

Edward: I look forward to it, sir». [39]

Джеймс Морс погрожує Едварду, попереджає, щоб той був обережнішим, оскільки він збирається його знищити. Але ця погроза не налякала Едварда: у відповідь на це головний герой ледь помітно посміхнувся та сказав, що з нетерпінням чекатиме на це.

– нетактовність та грубість ;

Під час сварки з Вів'єн Едвард втрачає самоконтроль та говорить речі, які варто було б залишити при собі. Наведений нижче приклад демонструє різницю, яка існує між прямою та суміжними з нею нетактовністю і грубістю.

(7) «*Edward: Vivian, I'm speaking to you! Come back here! I hate to point out the obvious, but you are, in fact, a hooker! And you are my employee! » [39]*

Варто відзначити, що у стресових ситуаціях Едвард частіше вдається до використання наказових речень і його висловлювання стають коротшими. У цьому прикладі стереотип маскулінності втілено вербально за допомогою прямого мовленнєвого акту директиву (*Come back here!*) та непрямого мовленнєвого акту директиву (*I'm speaking to you! – Listen to me!*), вживання інвективної лексичної одиниці на адресу співрозмовниці (*a hooker*), хоча із застосуванням маркера мітигації: фрази, спрямованої на ефект пом'якшення (*I hate to point out the obvious*), а також висловлення, яке експліцитно вказує на

нижчу позицію адресата і є відтак конфронтаційним (реалізує локальну стратегію конфронтації - домінування).

– сила та здатність захистити слабшого за себе;

Сцена з фільму, у якій головний герой захищає Вів'єн від агресії з боку Філіпа, є чудовим прикладом вираження класичного стереотипу, який часто зустрічається у кінематографі та літературі: слабку і беззахисну жінку рятує герой, «принц на білому коні». Як це зазвичай трапляється у голлівудських фільмах, Едвард приходить на допомогу саме у той момент, коли Вів'єн найбільше потребує допомоги.

(8) *«Edward: Get out of here. Philip (screaming): What is wrong with you? Come on, Edward! I gave you ten years! I devoted my whole life to you! Edward: That's bullshit. This is such bullshit! It's the kill you love, not me! I made you a very rich man doing exactly what you loved. Now get out of here! (Yelling) Get out! » [39]*

Незважаючи на те, що Едвард та Філіп є товаришами та колегами по роботі, головний герой не міг просто заплющити очі на цей огидний вчинок. Едвард прямо в очі сказав Філіпу, що він про нього думає та наказав йому вимітатися геть із номеру.

У цьому прикладі стереотип маскулінності об'єктивовано вербально за допомогою мовленнєвих актів експресивів негативної емоційності [2]. (*Edward: That's bullshit. This is such bullshit! It's the kill you love, not me!*), прямих мовленнєвих актів директивів (*Now get out of here! Get out!*), невербально (*Yelling*) та позавербально (удар опонента по обличчю).

3.5. Порухення стереотипів маскулінності у мовленні героя

Окрім відтворення стереотипів маскулінності головним героєм фільму красуня, ми в окремих випадках зафіксували також вияви порушення цих стереотипів. Зокрема це стосується проявів слабкості та поступливості, які далі розглядаємо детальніше.

– слабкість;

Невразливість та холоднокрівність є характеристиками, які у суспільстві зазвичай приписують чоловікам. Проте це не означає, що чоловіки не мають власних страхів та переживань, наприклад, у наступному фрагменті Едвард зізнається в такій слабкості як страх висоти:

(9) «*Vivian: Wow, great view! I bet you can see all the way to the ocean from out here.*

Edward: I'll take your word for it, because I don't go out there.

Vivian: Why don't you go out there? Edward: I'm afraid of heights. Vivian: You are? Edward nods his head». [39]

У цій ситуації Вів'єн висловлює своє захоплення чудовим видом із балкону. Едвард відповідає, що вірить їй на слово, проте сам він не буде підходити ближче, оскільки боїться висоти. Наведений вище приклад чудово демонструє той факт, що страх є цілком природною емоцією, властивою всім індивідам, тому не треба його приховувати та соромитися. У той самий час наявність страхів слід розглядати як вияв слабкості, що не кореспондує зі стереотипом маскулінності.

У цьому випадку порушення стереотипу маскулінності об'єктивовано вербально за допомогою змісту висловлення (*I'm afraid of heights*) та той самий зміст підтверджено позавербально: киваючи головою (*Edward nods his head*) Едвард підтверджує зміст цього висловлення.

– **поступливість;**

Даний стереотип чудово демонструє сцена з фільму, у якій головний герой вирішив пожартувати над Вів'єн, через що отримав від неї досить різку відповідь, та одразу почав через це вибачатися.

(10) «*Vivian: If you're making fun of me, I don't like me. Edward: No, I'm not making fun of you. No, I'm not making... I'm not. I wouldn't offend you. I'm sorry*». [39]

У наведеному вище прикладі порушення стереотипу маскулінності втілено вербально через висловлення-заперечення негативної для адресата дії (*No, I'm not making fun of you. No, I'm not making... I'm not*), мовленнєвого акту комісиву (обіцянки) (*I wouldn't offend you*) та мета мовленнєвого акту

(вибачення)(*Sorry*). Повтори підсилюють іллокутивну силу продуктованих героєм висловлень.

3.6. Кількісні параметри відтворення стереотипів, вербально втілених головним героєм фільму «Красуня»

Провівши якісний аналіз висловлень головного героя, котрі відповідають / не відповідають стереотипам маскулінності, ми здійснили підрахунок даних одиниць для встановлення їхньої загальної кількості.

Загальна кількість висловлювань, що втілюють гендерні стереотипи, склала 49 одиниць. Цю кількість ми прийняли за 100 %.

Кількість одиниць, у яких спостерігається відтворення стереотипних уявлень про чоловіка, тобто таких, які відповідають стереотипам маскулінності, становить 42, або 86 %. Кількість висловлювань, у яких порушуються стереотипи маскулінності, склала всього лише 7 одиниць, тобто 14 %. Отримані кількісні дані проілюстровано у вигляді кругової діаграми, поданої на рисунку 3.2.



Рис. 3.2. Співвідношення відтворення / порушення стереотипів маскулінності у комунікації головного героя фільму «Красуня»

Кількісні дані засвідчують, що відтворення гендерних стереотипів більшою мірою кореспондує зі стереотипами маскулінності, втіленими в мовленні головного героя, тоді як порушення гендерних стереотипів частіше стосується стереотипів фемінінності та зафіксоване в мовленні головної героїні. Для унаочнення цих даних пропонуємо рис. 3.3.

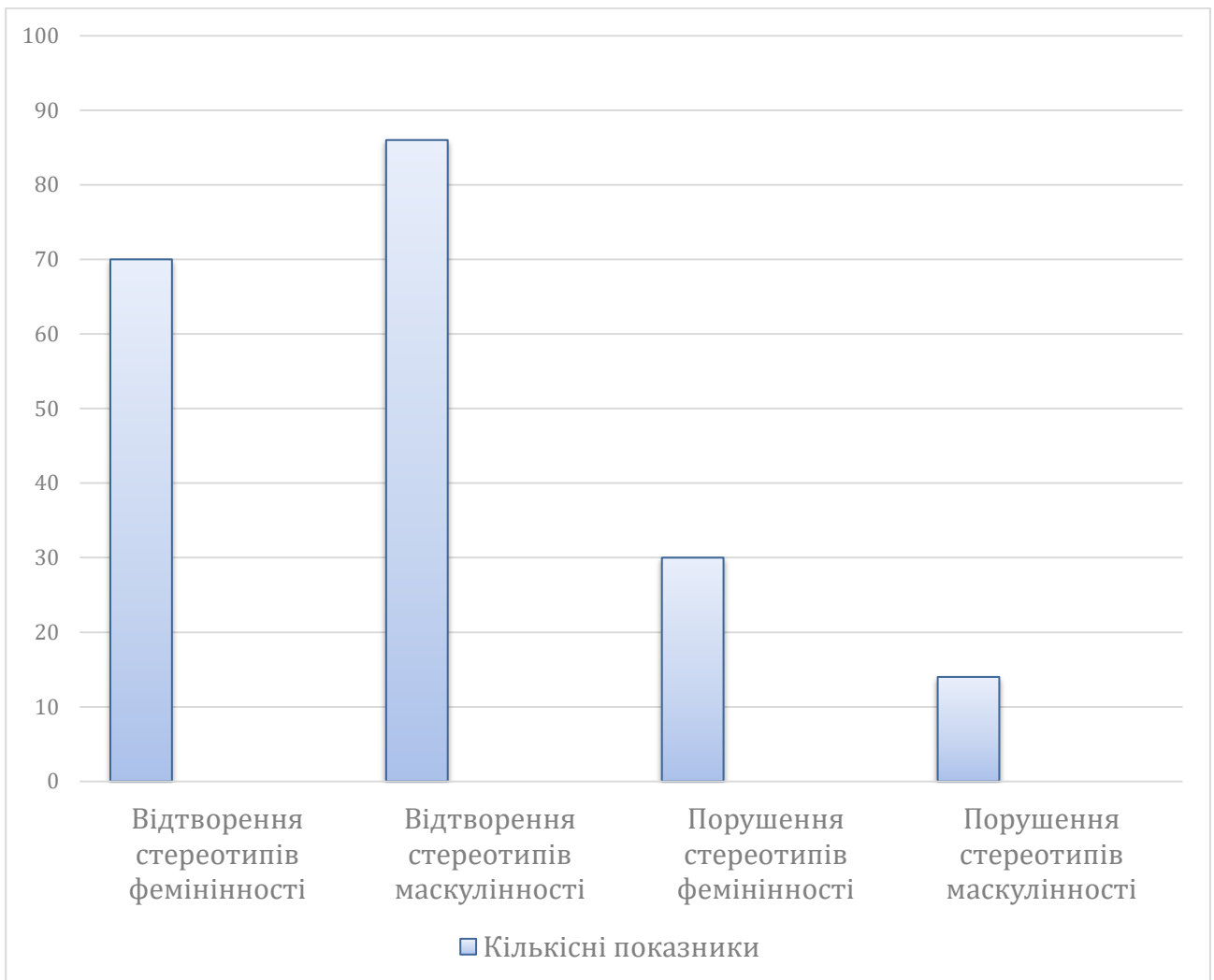


Рис 3.3. Співвідношення відтворення та порушення відповідних гендерних стереотипів головною героїнею та головним героєм фільму «Красуня»

Ці дані засвідчують, що в американському суспільстві кінця XX ст. спостерігалось домінування традиційних стереотипів маскулінності, тоді як традиційні стереотипи фемінінності було піддано суттєвому переосмисленню.

Висновки до розділу 3

Отже, у мовленні головної героїні знаходимо втілення наступних стереотипів фемінінності: покірність та невміння відстоювати власні інтереси; розумова обмеженість; емоційність, швидка зміна настрою; залежність та безпорадність; любов до компліментів; легковажність; схильність до маніпуляцій; зацікавленість матеріальним; підлеглість та залежність від чоловіка; низький рівень освіти. Також у мовленні Вів'єн бачимо порушення стереотипів фемінінності, а саме: вміння постояти за себе; домінування, керівна роль жінки, яка суперечить стереотипу про керівну роль чоловіка; обізнаність у сфері, яка вважається суто чоловічою; прямолінійність; гарне почуття гумору; прямота та відсутність підтексту у висловлюваннях.

В мовленні головного героя знаходимо відтворення наступних стереотипів маскулінності: впевненість у собі; лідерство; домінування; фінансова спроможність; холоднокрівність та легкість у прийнятті рішень; сміливість; нетактовність та грубість; сила та здатність захистити слабшого за себе. До прикладів порушення стереотипів маскулінності можемо віднести слабкість та поступливість.

Хоча результати переважної кількості досліджень вказують на те, що жінки є більш фемінінними, ніж чоловіки, а чоловіки більш маскуліnnими, ніж жінки, риси фемінінності та маскулінності проявляються різною мірою серед представників чоловічої та жіночої статі, незалежно від їх вроджених біологічних характеристик.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У 60-х роках минулого століття поняття «гендеру» стало центральною категорією міждисциплінарної наукової області знання під назвою «гендерні

дослідження». Гендер став предметом дослідження різних наук, наприклад, соціології, психології, економіки, політології, педагогіки та ін. Був створений окремий напрям гуманітарних досліджень – гендерні студії. Гендерні дослідження є міждисциплінарною галуззю, яка зосереджується на складній взаємодії гендеру з іншими маркерами ідентичності, такими як раса, етнічна приналежність, сексуальність, нація та релігія.

Поняття гендеру, яким на даний момент оперує ціла низка гуманітарних дисциплін, не має одного сталого визначення. Гендер стосується характеристик жінок та чоловіків, хлопців та дівчат, які є соціально сконструйованими. Це включає в себе норми, поведінку та ролі, пов'язані з очікуваннями до представників чоловічої та жіночої статі.

Гендер є ієрархічною категорією та здатний породжувати нерівність. Дискримінація за гендерною ознакою перетинається з іншими факторами дискримінації, такими як етнічна приналежність, соціально-економічний статус, інвалідність, вік, географічне розташування, гендерна ідентичність і сексуальна орієнтація тощо. Це називається інтерсекційністю.

Гендер взаємодіє, але відрізняється від статі, яка стосується різних біологічних і фізіологічних характеристик жінок та чоловіків, таких як хромосоми, гормони та репродуктивні органи. Гендер і стать пов'язані з гендерною ідентичністю, проте не тотожні їй.

З поняттям гендерних стереотипів також пов'язані визначення фемінінності та маскулінності. Фемінінність і маскулінність можна визначити як гендерно-типові риси особистості, які узгоджуються з соціально схваленими бажаними рисами, характерними для осіб чоловічої та жіночої статі. До елементів фемінінності згідно з Статевро-рольовий опитувальником С. Бем (BSRI) належать такі риси як експресивність, інфантильність, ніжність та життєрадісність; до рис маскулінності належать конкурентоспроможність, наполегливість і домінування.

У нашому дослідженні вивчено питання відтворення/порушення стереотипів фемінінності та маскулінності в американському кінодискурсі

кінця XX сторіччя. У якості об'єкта дослідження нами було обрано кінострічку *Pretty woman* («Красуня»). Фільм здобув значну популярність та був перекладений багатьма мовами світу.

Загалом проведене нами дослідження охоплювало три етапи, серед яких: формування теоретичних засад дослідження; вибір джерела ілюстративних прикладів, виокремлення висловлень головних героїв та подальший їх аналіз; ключовим у дослідженні був його третій етап, на якому було з'ясовано яким чином висловлення головних героїв відповідають, або не відповідають традиційним стереотипам фемінінності та маскулінності.

Твори кіномистецтва можуть слугувати корисним джерелом для проведення гендерних досліджень, оскільки кіно здатне відображати стан суспільства у певний проміжок часу і впливати на суспільні стереотипи, гендерні ролі та способи, якими індивіди сприймають себе та інших у контексті гендерної ідентичності. Вибір ролей для чоловіків та жінок, рис характеру та моделей поведінки персонажів здатний відображати загальні тенденції у суспільстві. Завдяки кінематографу дослідники можуть простежити, яким чином змінювалися стереотипні уявлення про осіб чоловічої та жіночої статі.

Для гендерних досліджень важливо проводити аналіз творів кіномистецтва з урахуванням контексту та історії, а також враховувати інші джерела і методи дослідження з метою отримання більш повної картини.

Перспективою роботи є аналогічний аналіз вербального втілення гендерних стереотипів в американському кінодискурсі початку XXI сторіччя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1 Андроцентризм. URL: <http://a-z-gender.net/ua/androcentrizm.html> (дата звернення: 03.04.2023).
- 2 Биценко Т. О. Історична динаміка експресивів негативної емоційності в англійському дискурсі XVI – XX ст. : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Харків, 2004. 20 с.
- 3 Біологічний детермінізм і сексизм. URL: <https://feminisminindia.com/2018/06/18/biological-determinism-science-sexism/> (дата звернення: 15.02.2023).
- 4 Біологічний детермінізм. URL: <https://uk.warbletoncouncil.org/determinismo-biologico-15047> (дата звернення: 15.02.2023).
- 5 Визначення термінів Індукція та Дедукція. URL: <https://studies.in.ua/shpora-filosofy/634-43-ndukcya-dedukcya-yak-metod-naukovogo-pznannya.html/> (дата звернення: 08.06.2022).
- 6 Гендер. URL: <http://a-z-gender.net/ua/render.html> (дата звернення: 03.06.2022).
- 7 Гендерні стереотипи. URL: <http://a-z-gender.net/gendernyj-stereotip.html/> (дата звернення: 03.06.2022).
- 8 Гендер та гендерна нерівність URL: <https://open.library.okstate.edu/interculturalcommunication/chapter/gender-and-gender-inequality/>].
- 9 Головашенко І. О. Становлення теорії гендеру. *Основи теорії гендеру*: навчальний посібник. Київ : «К. І. С.», 2004. С. 79–107.
- 10 Кінофільм. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Фільм> (дата звернення: 13.07.2022).
- 11 Контекстуальний аналіз. URL: <http://linguistics-konspect.org/?content=12288> (дата звернення: 19.06.2022).
- 12 Кочерган М. П. Основи зіставного мовознавства. Київ : ВЦ «Академія», 2006. 424 с.

- 13 Малес Л. В. Біологічні, психологічні та соціокультурні чинники гендеру. *Основи теорії гендеру* : навчальний посібник. Київ : «К. І. С.», 2004. С. 108–130.
- 14 Маскулінність та фемінінність. URL: <http://a-z-gender.net/ua/maskulinnist.html> (дата звернення: 12.07.2022).
- 15 Мелодрама. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення: 14.08.2022).
- 16 Мельник Т. М. Гендер як наука та навчальна дисципліна. *Основи теорії гендеру* : навчальний посібник. Київ : «К. І. С.», 2004. С. 10–29.
- 17 Мосейчук О., Матушевська Н. Когнітивно-прагматичний аналіз комунікативної ситуації СПОКУСА (на матеріалі англomовного кінодискурсу). Когнітивні та комунікативно-прагматичні аспекти лінгвістики. *Наукові записки [Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського]*. Серія «Філологія (мовознавство)». 2015. Вип. 22. С. 149–157. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/22750/1/Matushevskaz3.pdf>. (дата звернення: 17.02.2023).
- 18 Оксамитна С. М. Гендерні ролі та стереотипи. *Основи теорії гендеру* : навчальний посібник. Київ : «К. І. С.», 2004. 536 с. С. 156–180.
- 19 Сексизм. URL: <http://a-z-gender.net/ua/seksizm.html> (дата звернення: 16. 03. 2023).
- 20 Тест Бекдел. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Тест_Бекдел (дата звернення: 16.03.2023).
- 21 Трагування терміну дискурс у сучасній лінгвістиці. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2014/traktuvannya-terminu-dyskurs-u-suchasnij-linhvistytsi/> (дата звернення: 15.08.2022).
- 22 Шишка К. В., Фролова І. Є. Гендерні стереотипи: реалізація в американському кінодискурсі кінця ХХ сторіччя. *Стратегічні напрямки розвитку науки: фактори впливу та взаємодії*: II Міжнародна наукова конференція (Рівне, 07 квітня 2023 р.). Рівне, 2023. С. 115–117.
- 23 Шишка К. В., Фролова І. Є. Відтворення / порушення гендерних стереотипів в американському кінодискурсі. *Людина, культура, техніка в новому*

- тисячолітті* : збірник тез наукових доповідей XXII Міжнародної науково-практичної конференції (Харків, 22 квітня 2021 р.). Харків, 2021. С. 88–89.
- 24 Ashmore R. D., Del Boca F. The Social Psychology of Female-male relations: A Critical Analysis of Central Concepts. New York : Academic Press, 1986. 351 p.
 - 25 Bamberg E., Vincent-Höper S. Reference Module in Neuroscience and Biobehavioral Psychology. 2017. URL: https://www.researchgate.net/publication/315641252_Occupation_and_Gender (last accessed: 15.08.2022).
 - 26 Bartky S. L. Foucault, Femininity and the Modernization of Patriarchal Power. *Feminism and Foucault: Paths of Resistance* / L. Quinby, I. Diamond (Eds.). Boston : Northeastern Univ. Press, 1988. P. 61–86.
 - 27 Basow S. A. Gender: stereotypes and roles. 3rd ed. Pacific Grove, Calif. : Brooks/Cole Pub. Co, 1992. 399 p.
 - 28 Calasanti T. Gender Roles / Encyclopedia of Gerontology (Second Edition), 2007. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B0123708702000779> (last accessed: 13.02.2023).
 - 29 Carol L. M. The Role of Gender in Educational Contexts and Outcomes, 2014. URL: https://www.researchgate.net/publication/346696430_Gender_in_Education (last accessed: 22.03.2023).
 - 30 Coward R. Female Desires. London : Paladin, 1984, 253 p.
 - 31 Forisha B. L. Sex Roles and Personal Awareness. NJ : General Learning Press, 1978. 414 p.
 - 32 Geist C., Myers K. Gender Stratification. 2016. URL: <https://www.oxfordbibliographies.com/display/document/obo-9780199756384/obo-9780199756384-0138.xml> (last accessed: 25.03.2023).
 - 33 Lindsey L. L. The Sociology of Gender. *Theoretical perspectives and feminist frameworks*. 2015. URL: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/mono/10.4324/9781315664095-6/sociology-gender-theoretical-perspectives-feminist-frameworks-linda-lindsey> (last accessed: 18.09.2022).
 - 34 Lips H. M. Sex and Gender: An Introduction. Radford : Radford Univ. press, 1997. 513 p.

- 35 Merchant K. How Men And Women Differ: Gender Differences in Communication Styles, Influence Tactics, and Leadership Styles, 2012 URL: https://scholarship.claremont.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1521&context=cmc_theses (last accessed: 19.02.2023).
- 36 Nilsen A. P. Sexism and Language. National Council of Teachers of English, Urbana, IL, 1977. 206 p.
- 37 Nunner-Winkler G. Sex-role Development and Education. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. 2001. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B0080430767024037> (last accessed: 19.02.2023).
- 38 Popova D. Gender stereotypes in advertising. Bulgaria : Bourgas Free University URL: http://research.bfu.bg:8080/jspui/bitstream/123456789/104/1/BFU_2010_T_XXIII_Popova.pdf (last accessed: 21.02.2023).
- 39 Pretty woman (скрипт). URL: [https://www.imsdb.com/scripts/Pretty-Woman-\(final-script\).html](https://www.imsdb.com/scripts/Pretty-Woman-(final-script).html) (last accessed: 18.09.2022).
- 40 Pretty woman (фільм). URL: https://uakino.club/filmy/genre_comedy/564-krasunya.html (last accessed: 18.09.2022).
- 41 Priess H. A., Hyde J. S. Gender Roles. *Encyclopedia of Adolescence*. 2011. URL: <https://www.sciencedirect.com/referencework/9780123739513/encyclopedia-of-adolescence> (last accessed: 15.03.2023).
- 42 Stets J. E., Burke P. J. Femininity/Masculinity / Department of Sociology, Washington State University. URL: <https://hmmcollege.ac.in/uploads/00b.pdf> (last accessed: 15.03.2023).
- 43 Tannen D. You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation, New York : Ballantine Books, 1990. 342 p.
- 44 Zosuls K. M., Lurye L. E., Ruble D. N. Gender: Awareness, Identity, and Stereotyping. *Encyclopedia of Infant and Early Childhood Development*. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B978012809324521818X> (last accessed: 02.04.2023).



Карина ШИШКА

АНОТАЦІЯ

Шишка К. В. Вербалізація гендерних стереотипів в американському кінодискурсі кінця XX сторіччя

Об'єктом дослідження виступають гендерні стереотипи, відтворенні в американському кінодискурсі 90-х років 20 століття.

Предметом дослідження стали якісні характеристики та кількісні параметри комунікативної реалізації цих стереотипів.

Метою роботи є виявлення відтворення / порушення гендерних стереотипів у комунікації головних героїв фільму *Pretty woman* («Красуня»).

З метою вирішення поставлених завдань було проведено якісний та кількісний аналіз мовленнєвих ходів головних героїв кінострічки *Pretty woman* («Красуня»). Після здійснення кількісних підрахунків було виявлено, що відтворення гендерних стереотипів більшою мірою кореспондує зі стереотипами маскулінності, втіленими в мовленні головного героя, тоді як порушення гендерних стереотипів частіше стосується стереотипів фемінінності та зафіксоване в мовленні головної героїні.

Summary

Shyshka K. V. Verbalization of gender stereotypes in the American film discourse of the late 20th century

The object of the study is gender stereotypes reproduced in the American film discourse in the 1990s.

The subject of the research is qualitative characteristics and quantitative parameters of the communicative implementation of these stereotypes.

The aim of the work is to identify the reproduction/violation of gender stereotypes in the communication of the main characters of the film *Pretty Woman*.

In order to solve the tasks set in the research, a qualitative and quantitative analysis of the speech movement of the main characters of the film *Pretty Woman* was conducted. After carrying out quantitative calculations, it was found that the reproduction of gender stereotypes corresponds to a greater extent with the stereotypes of masculinity embodied in Edward's speech, while the violation of gender stereotypes more often concerns the stereotypes of femininity and is recorded in the speech of Vivian.