

3. Москвин, В. П. Правильность современной русской речи. Норма и варианты. Теоретический курс для филологов : учеб. пособие / В. П. Москвин. – Ростов н/Д. : Феникс, 2006. – 252 с.

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА КОНСТРУИРОВАНИЯ МАСКУЛИННОСТИ В ДИСКУРСЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ

Д. А. Лаврентьев

Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина (Брест)

Науч. рук. – Е. Н. Стрижевич, ст. преподаватель

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема номинации и характеристики представителей мужского пола в дискурсе англоязычных глянцевого журналов. Приведены отличительные особенности конструирования маскулинности в контексте исследуемого дискурса, рассмотрены факторы использования гендерно маркированных единиц, особенности использования данных языковых средств в английском языке.

Ключевые слова: маскулинность; лексема; дискурс; язык; номинация.

Конструирование маскулинности в дискурсе англоязычных глянцевого журналов характеризуется использованием языковых средств лексико-грамматического и семантико-синтаксического уровней языка. Поскольку в английском языке отсутствует формальная категория рода, именно семантический фактор является определяющим в использовании гендерно маркированных единиц: существительных для номинации лица, адъективной лексики, глагольных форм, отражающих мужское поведение, синтаксических конструкций и общей модальности высказываний.

Номинативная система языка в дискурсе СМИ имеет определённое значение, её следует рассматривать, учитывая различные социокультурные факторы, такие как социально-культурные изменения, изменения в гендерных отношениях, политико-идеологическое воздействие, развитие производственных отношений.

Основными средствами конструирования маскулинности в английском языке являются антропометрические лексемы, а именно формальные гендерные номинации (*man, young man, boy, male*): *The French fashion designer «revolutionised the way young men dressed» and Ronson was committed to that revolution* (GQ, November 2020), термины родства (*father, brother*), а также наименования лица по профессии и социальному статусу.

В мужских ГЖ также встречаются и другие антропометрические лексемы (*fellow, guy, buddy, lad, gentleman, king*): *These guys who are so charming and you*

could talk to them forever and they're sort of like smooth operators (GQ, January 2021).

Синтаксические маркеры номинаций лица включают лексемы мужской отнесенности: *male, man (men), boy*, которые образуют словосочетания, классифицирующиеся различным уровнем стойкости. Выделяют свободные (*male colleague*) и фразеологические (*family man*): *She asks why newspapers publish articles about her nail polish colour while never commenting on a male colleague's tie?* (Tatler, August 2014).

Маркеры маскулинности употребляются с незначительной группой номинаций, которые обозначают вспомогательные профессии: *male nanny, male nurse*, или связанные с внешней привлекательностью (*male model*): *According to the industry insider, male models are paid as much as 75 per cent less than women* (Elle, September 2016).

Качественные и относительные прилагательные и причастия являются значительным средством характеристики современной маскулинности в дискурсе британских ГЖ. Так как в английском языке отсутствуют формы согласования прилагательного с существительным, его гендерная соотнесенность определяется употребляемой с ним лексемой или контекстом высказывания: *I said «Wow! This man is brilliant!»* (WH, August 2016).

Ключевой гендерно маркирующей адъективной лексемой в дискурсе англоязычных мужских ГЖ является прилагательное *male*. Оно наделяет отвлечённые понятия маскулинными характеристиками, несущими определённую скрытую оценку: *University of Texas found that women still react coolly to male interest in order to encourage greater effort* (More, September 2013) [1, с. 127].

В англоязычных изданиях конструирование маскулинности может активно осуществляться посредством использования различных видов местоимений, которые взаимодействуют в высказываниях с наименованием референтов мужского пола или обозначают любого представителя данной гендерной группы без уточнения лица. В таком качестве могут применяться следующие местоимения: личные (*he*); притяжательные (*his*); возвратные (*himself*); а также указательные, неопределённые, отрицательные, взаимные, относительные, обобщающие и разделительные.

Глаголы являются существенным средством дискурсивного конструирования маскулинности. Многообразие императивных форм глаголов, маркеров необходимости и других модальных значений демонстрирует активное использование инструктивного и убеждающего типов изложения, что связано с волюнтаривной, персуазивной и коммуникативной функциями языка.

Волюнтаривная функция языка представлена различными видами вспомогательных и связочных модальных глаголов (*to be, to seem, to look*), которые, выступая глагольной частью составного именного сказуемого,

выражают логико-грамматические связи между субъектом и приписываемыми ему признаками: *In fact, men generally need Pilates more than women; you have tighter hips and hams and are more prone to lower back problems* (МН, September 2014). Кроме того, волюнтаривную и персуазивную функции языка в дискурсе англоязычных ГЖ обеспечивает функционально-семантическая и коммуникативная категория модальности, связывающая «высказывание с внеязыковой действительностью и формирующая его коммуникативный потенциал» [2, с. 7].

Синтаксическое построение маскулинных высказываний, а также перечень используемых при этом лексико-грамматических средств обусловлены дискурсивной задачей мужских изданий, в частности формированием у адресатов современных представлений о маскулинности.

При дискурсивном конструировании маскулинности синтаксическая структура предложений зависит и определяется используемыми в нём другими языковыми единицами, например, адъективной лексикой. Среди адъективных лексем английского языка особенно выделяются прилагательные, характеризующие исключительно мужчин, например: *suave* – обходительный, *dapper* – щеголеватый, *hunky* – симпатичный [3, с. 209].

Таким образом, активное использование существительных для номинации лица, различных адъективных лексем, глагольных форм, синтаксических конструкций и прочих языковых средств свидетельствует об их значимости в процессе конструирования маскулинности в дискурсе англоязычных глянцевого журналов.

Литература

1. Зиновьева, Е. С. Языковые механизмы конструирования маскулинности и феминности в дискурсе глянцевого журналов (на материале английского и русского языков) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Е. С. Зиновьева. – Ярославль, 2018. – 235 л.

2. Ваулина, С. С. Модальность как коммуникативная категория: некоторые дискуссионные аспекты исследования / С. С. Ваулина // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. – 2013. – Вып. 8. – С. 7–12.

3. Попова, Т. Г. Национально-культурная семантика языка и когнитивно-социокоммуникативные аспекты (на материале английского, немецкого и русского языков) : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Т. Г. Попова – М., 2004. – 288 л.