

**СТЕРЕОТИПНИЙ ОБРАЗ ПРИВАБЛИВОГО ЧОЛОВІКА
В ЖІНОЧОМУ РОМАНІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНІВ К. БУШНЕЛЛ
“FOUR BLONDES” ТА “SEX AND THE CITY”)**

**THE STEREOTYPICAL IMAGE OF AN ATTRACTIVE MAN
IN A WOMEN’S NOVEL (CASE STUDY OF C. BUSHNELL’S NOVELS
“FOUR BLONDES” AND “SEX AND THE CITY”)**

Лук’янченко І.О.,

*кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри германської філології
та методики викладання іноземних мов*

*Південноукраїнського національного педагогічного університету
імені К.Д. Ушинського*

Полнікова А.С.,

*магістрант кафедри германської філології
та методики викладання іноземних мов
факультету іноземних мов*

*Південноукраїнського національного педагогічного університету
імені К.Д. Ушинського*

Стаття присвячена проблематиці вивчення стереотипу маскуліності, характерного для сучасної англійськомовної свідомості, з позиції авторського жіночого тексту, призначеного для жіночої аудиторії. У фокусі уваги дослідження стереотипного гендерного образу привабливого чоловіка у популярних романах Кендіс Бушнелл «Four Blondes» та «Sex and the City». Виокремлено основні семантичні зони, що формують образ чоловіка. Досліджено специфіку лінгвістичної репрезентації образу привабливого чоловіка через призму жіночого сприйняття. Проведений аналіз мовного матеріалу дає змогу простежити вияв у чоловічих образах сучасного стереотипу привабливого чоловіка.

Ключові слова: образ привабливого чоловіка, гендерний стереотип, лінгвістичні особливості, семантичні зони, жіночий роман.

В статье затрагивается проблема изучения стереотипа маскулинности, характерного для современного англоязычного сознания, с позиции авторского женского текста, предназначенного для женской аудитории. Рассматривается стереотипный гендерный образ привлекательного мужчины в популярных англоязычных романах Кэндес Бушнелл «Sex and the City» и «Four Blondes». Выделены основные семантические зоны, которые формируют образ мужчины. Исследована специфика лингвистической репрезентации образа привлекательного мужчины через призму женского восприятия. Проведенный анализ языкового материала позволяет проследить проявление в мужских образах современного стереотипа привлекательного мужчины.

Ключевые слова: образ привлекательного мужчины, гендерный стереотип, лингвистические особенности, семантические зоны, женский роман.

The article deals with the problem of studying male stereotypes peculiar to modern English speaking community from the perspective of the female text. The focus is on gender stereotypical image of an attractive man in Candace Bushnell's novels “Four Blondes” and “Sex and the City”. The main semantic zones that form male image are singled out. Linguistic representation of the image of an attractive man in the light of women's perception is analyzed. The analysis of the linguistic material allows tracing the manifestation of the stereotype of an attractive man in male images.

Key words: image of an attractive man, gender stereotypes, linguistic peculiarities, semantic zones, women's novel.

Постановка проблеми. Беручи до уваги ключову роль, яку відіграє антропоцентрична парадигма в сучасних лінгвістичних дослідженнях, актуальною є орієнтація на дослідження всіх параметрів особистості, які відбиваються в мові, зокрема індивідуальних властивостей людини. Одним із таких параметрів вважають гендер як соціально-культурний феномен. Кожне суспільство характеризується певним набором гендерних стереотипів, які «відображають повсякденні уявлення і думки про ідеали маскуліності і фемінності, що сформувалися в певній культурі»

[3, с. 63]. Гендер не є власне мовною категорією, проте його зміст може бути розкрито за допомогою аналізу мовних репрезентацій. У зв'язку з цим для дослідження становить інтерес аналіз гендерних стереотипів англійськомовного колективу та засобів репрезентації цих стереотипів у певних видах дискурсу. Зокрема, дослідники (М.О. Бакулін, Л.О. Єрмакова, О.В. Закірова, С.А. Кузнецова, В.І. Коваль та інші) вважають цінним матеріалом для вивчення існуючих у сучасному суспільстві цінностей і стереотипів художній та публіцистичний дискурси. Як влучно зазначає С.А. Кузнецова,

«дослідження художнього дискурсу з позиції гендерного фактора дає змогу по-новому інтерпретувати й аналізувати художні тексти, як відображення картини світу, де наочно та глибоко втілюється чоловічий і жіночий погляди на світ, на взаємини статей» [2, с. 11].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

З'явилося чимало лінгвістичних досліджень, присвячених вивченню гендерної специфіки образів жінки і чоловіка у мовній свідомості на матеріалі різних мов. Наприклад, Г.О. Коробейникова (2008) розглядає образ чоловіка у лексичній структурі російськомовних жіночих поетичних текстів ХХ ст., А.Н. Гайфуліна (2009) – образ чоловіка у віртуальному світі, О.С. Івашова (2011) – мовну репрезентацію гендерних стереотипів в англійськомовній пресі на прикладі образів жінок-політичних діячів, Є.А. Кузнецова (2012) – образ жінки як гендерний стереотип у британському художньому дискурсі, Є.С. Прудникова (2013) – семантичну структуру гендерних стереотипних образів чоловіка та жінки в порівняльному аспекті на матеріалі російської мови, О.Н. Шаліфова та Є.А. Півкіна (2015) – образ жінки-політика в англійськомовних засобах масової інформації, О. Зинов'єва (2016) – стереотипний образ чоловіка у глянцевих журналах на матеріалі російської та англійської мов. Незважаючи на наявність робіт, що присвячені дослідженню мовного аспекту гендерної проблематики, все ще залишається актуальним вивчення специфіки гендерних уявлень у мовній свідомості різних народів. Дослідження стереотипу маскуліності дає змогу визначити, як представлений образ сучасного чоловіка відтворюється через призму жіночого сприйняття в англійськомовній свідомості.

Постановка завдання. Метою статті є дослідити особливості лінгвістичної репрезентації стереотипного образу привабливого чоловіка очима жінки. Матеріалом дослідження слугували романи Кендіс Бушнелл «Four Blondes» (2002) та «Sex and the City» (2006), призначені для жіночої аудиторії.

Виклад основного матеріалу. Стереотипні уявлення про жінок і чоловіків змінюються у процесі розвитку людського суспільства. Соціальні зміни, які відбулися у світі в кінці ХХ – на початку ХХІ ст., вплинули на поведінку людини, її ставлення до цінностей у житті та, відповідно, сприяли появі інших гендерних стереотипів і певним змінам у наявних. У фокусі нашої уваги дослідження стереотипу маскуліності, характерного для сучасної англійськомовної свідомості, з позиції авторського жіночого тексту, призначеного

для жіночої аудиторії. Зазначимо, що посилююча динаміка суспільного життя та наявні зміни не можуть не знайти свою репрезентацію в жіночих романах, які фіксують зміни в образі чоловіка, його поведінці, особистісних якостях. Аналіз таких текстів дає змогу побачити чоловіка через призму жіночого сприйняття та виявити особливості цього бачення.

Зауважимо, що поняття «образ» є багатозначним і використовується в широкому значенні у різноманітних контекстах, вказуючи на уявлення про людину. Наприклад, О.П. Горкін вказує [1], що образ – це не опис героя, а саме зображення його в тексті, це не те, як діє, відчуває та мислить герой, а те, як він репрезентований автором за допомогою відповідних прийомів. У контексті нашої наукової розвідки розглядаємо «образ» як узагальнене відображення дійсності в конкретній формі. Зазначимо, що стереотипи, у яких позначаються найяскравіші риси образу, є важливим елементом у його структуруванні. Тож гендерні стереотипи можна охарактеризувати як «схематизовані, узагальнені образи маскуліності і фемінності» [6, с. 192], а гендерний стереотипний образ утілює суспільні уявлення про риси, притаманні представникам певної статі в художньому дискурсі.

Популярні романи американської письменниці Кендіс Бушнелл «Four Blondes» та «Sex and the City» призначені для жіночої аудиторії. Вони дуже відверті, іронічні, тонкі та розповідають про сучасних жінок, які закохуються, розчаровуються і при цьому обмінюються думками з максимальною відвертістю, надаючи оцінку навколишньому світу, перш за все чоловікам. Читачу не доводиться додумувати образи чоловіків, адже вони описані очима головних героїнь-представниць жіночої статі від зовнішньої характеристики до особистості героя.

Проведений аналіз дав змогу виокремити основні семантичні зони, що формують образ чоловіка, а саме: *зовнішність, соціальний статус, сімейний статус, особистісні якості, партнерські відносини, спосіб життя*. Перейдемо до аналізу мовних засобів репрезентації стереотипного образу сучасного чоловіка у романах Кендіс Бушнелл.

Встановлено, що зовнішній вигляд, фізична привабливість відіграє важливу роль у сприйнятті жінкою представника чоловічої статі. До складників зовнішнього вигляду входить опис очей, волосся, губ, посмішки, статури, одягу та аксесуарів. Опис здійснюється за допомогою субстантивної та ад'єктивної лексики.

Аналіз лексико-семантичних засобів, які репрезентують зовнішність представників чоловічої статі, показав, що опис волосся – це важлива деталь будь-якого образу. Проілюструємо прикладами: *“Bill was a large, good-looking man with a full head of gorgeous, curly blond hair”* [4]; *“Short brown hair. Tanned. Slim. Too handsome”* [5]; *“Mr. New Yorker with floppy brown hair ... he is smooth and a little sloppy”* [5]. Як можна побачити у наведених прикладах, колір волосся не тільки є рисою, на яку звертають увагу жінки, але й вказує на вік (*brown* → молодий).

Зазначимо, що віковий показник є важливим у жіночому світосприйнятті. Жінки у романах віддають перевагу молодим, привабливим чоловікам (важливим є також такий фактор, як їхня заможність), яких розглядають як партнерів у стосунках, як-от: *“a nice young guy”* [4]; *“Bachelor № 1: Skipper Johnson, twenty-five. Preppy. Entertainment law. Boy wonder”* [5]. Водночас зазначаємо негативне ставлення до старих, хоча й багатих, наприклад: *“Older guys are gross ... ugly rich old men”* [5]; *“He is an old, white haired guy with a face like a pumpkin”* [5]; *“The one (an old man) with the face like a horse”* [4].

Інформативними штрихами в стереотипному образі чоловіка є також обличчя та статура, відповідно до існуючих еталонів чоловічої краси (сила, мускули, накачане тіло): *“Sandy’s an actor with brilliant green eyes”* [5]; *“Mr. New Yorker with ... devastating smile...”* [5]; *“nice, strong, attractive”* [4]; *“A big hulking guy with an overdeveloped chest and short legs”* [4]; *“...beautiful young hardbody couples”* [4].

Атрибутом стереотипного образу сучасного привабливого чоловіка жінки вважають засмагу, як-от: *“Tanned. Slim. Too handsome”* [5]; *“...gold-medallioned, too-tanned escort”* [5].

Ще одним важливим штрихом в образі чоловіка очима жінки є його одяг та аксесуари. Наприклад: *“Donovan Leitch in a green down jacket and a fuzzy beige hat with earflaps”* [4]; *“... he was wearing a spectator shoes, a tribly hat and Ralph Lauren suit...”* [5]; *“He was wearing a tweedy gray overcoat”* [4]; *“James did just buy a pair of Dolce & Gabbana sunglasses”* [4]; *“He leans back on the pillows and looks at his silver Rolex”* [4]; *“Bob Milo was dressed in a sweater and the bottom half of his long underwear. He ... was wearing felt slippers with pointy toes...”* [5]; *“Newbert insisted on wearing a funny, striped Cat-in-the-Hat chapeau”* [5]; *“Mr. Roque was wearing a tatty tweed jacket...”* [5]; *“He was wearing jeans and a sweatshirt”* [5]. Як можна побачити у наведених прикладах, описи

детальні, автор використовує широкий спектр лексем – назв відомих брендів. Варто зазначити, що вартість одягу дає натяк на соціальний статус чоловіка.

Соціальний статус у романах актуалізується в декількох аспектах – матеріальні можливості (фінансовий стан), професійна діяльність і рівень освіти: *“preppy”*, *“the socialite”*, *“art collector”*, *“record producer”*, *“journalist”*, *“a big movie star”*, *“a celebrity”*. Зокрема, було виокремлено ад’єктивні лексеми, що репрезентують такі якості, як-от: *“perspective, famous man”*; *“extremely confident, rich, successful, big-time guy”*; *“a rich guy”*; *“A-list guys”*. Узагалі, для стосунків більшість жінок у романах схильна обирати лише першокласних чоловіків – успішних, заможних, із приємною зовнішністю.

Важливим показником соціального статусу у структуруванні чоловічого образу є наявність авто. Можна зазначити, що машина є невід’ємним атрибутом стереотипу успішного сучасного чоловіка, зокрема дорогий спортивний автомобіль, що знайшло своє відображення у проаналізованих романах, як-от: *“...sports cars “a Ferrari”, a “Porsche”* [4]; *“They drove out to the Hamptons in his new Porsche Turbo”* [4]; *“He picked her up in a Rolls Royce limousine”* [4]; *“There were a Range Rover and two Mercedeses, one a 550-coup and the other a SL convertible”* [5]; *“What if I want a Maserati”* [4]; *“A green 1954 250 GT Ellena Body Ferrari pulled into the circular driveway”* [4]; *“I was thinking about putting you in some Bentley”* [4].

Водночас варто зауважити, що у романах відображено нові ціннісні орієнтири, де матеріальні цінності є основою світогляду сучасного суспільства: *“He had bad English teeth, ranging in color from sickly yellow to light gray. His fingers were stained with nicotine and his nails were dirty. But there was the car. And his money”* [5]. Як бачимо у наведеному прикладі, ад’єктивні лексеми негативно репрезентують чоловіка, його неохайність, проте в нього є машина та гроші, що для деяких жінок є важливішим.

Цинізм сучасного соціального мислення також відображено у репрезентації партнерських відносин. Героїні виставляють подробиці особистого життя на показ, радяться одна з одною, не соромлячись цього: *“awesome in bed, crazy relationships”* [5]; *“fantastic lovers* [5]; *Sex-God”* [4; 5]; *“He is brilliant and funny and sexy”* [5]; *“the sexiest man”* [4]. Наприклад, стереотипним у романах є змалювання чоловіка-коханця. Поряд із тим словосполучення *alpha males (14)* у мовленні героїнь набуває іронічного звучання.

Водночас традиційні уявлення про відносини чоловіка і жінки не втрачають своєї актуальності. Зокрема, важливим в образі чоловіка для жінки є його сімейний статус, і в романах жінки акцентують увагу на неодружених чоловіках, негативно оцінюючи тих із них, хто не виявляє бажання змінити цей статус: “*eligible bachelor*”, “*perennial bachelors*”, “*toxic bachelors*”, “*hopeful bachelors*”.

Щодо особистісних якостей чоловіка, то проведений аналіз дав змогу виокремити ад’єктивні лексеми, які описують представника чоловічої статі, якого б хотіли бачити жінки – сексуального, гарного, веселого та кмітливого, розумного, романтичного супутника в житті. Наприклад: *sexy* (11), *romantic* (9), *marvelous* (8), *clever* (7), *good-looking* (6), *funny* (5), *kind* (5), *masculine* (5), *hot/hottest* (5), *attractive* (4), *handsome* (4), *beautiful* (4), *smart* (4), *gorgeous* (4), *great* (3), *interesting* (3), *witty* (2), *glamorous* (2), *serious* (4), *crazy* (4), *wonderful* (2), *cool* (2), *sweet* (2), *beautifully mannered* (2), *a real guy* (2), *unpredictable* (1), *a decent husband* (1), *sensitive* (1), *adorable* (1), *cute* (1), *amusing* (1), *friendly* (1), *attentive* (4), *charming* (1), *vital* (1), *articulate* (1), *convivial* (1). Наприклад, у репрезентації образу чоловіка частим є використання лексем із позитивною оцінкою, що є досить значним мовним виявом гендеру. Для жінок характерними є інтенсифікація позитивної оцінки та підвищена експресивність і, відповідно, використання емоційно-оцінної лексики. Водночас варто зазначити, що жінки у романах не залишають поза своєю увагою негативні риси чоловіків: *geeky guys* (3), *lousy husbands* (1), *a pervert rich guy* (1), *a shallow, two-bit womanizer* (4), *modelizers* (7); *buster* (1), *losers* (5), *disloyal* (1), *naughty* (3), *ugly* (6), *boring* (3), *arrogant and angry and immature* (1). Частотним у таких характеристиках є використання розмовної лексики: “*Zack Manners is asshole*” [4]; “*Digger is such a goof*” [4]. Ці негативні характеристики можуть бути пов’язані як із зовнішністю, так і з характером, але часто мають сексуальний підтекст.

Стереотипний образ привабливого чоловіка містить такий параметр, як спосіб життя, зокрема це хобі представників чоловічої статі, те, як вони схильні проводити вільний час. Наприклад, героїні позитивно оцінюють чоловіків, які витрачають час на заняття спортом, щоб бути стрункими та доглянутими: “*Bill was a model, and Garrick and Bill met at a gym downtown when Bill asked Garrick to spot him on the bench press*” [5].

Особливе місце у вербальному вираженні образу привабливого чоловіка у романах посідають лінгвостилістичні прийоми, зокрема епітет,

порівняння, антономазія та алюзія. Наприклад, використання значної кількості епітетів пов’язане з тим, що жінки надають більше значення естетичним властивостям, емоційно сприймають дійсність. Характерним у репрезентації стереотипного образу чоловіка у романах є використання простих епітетів і ланцюжка епітетів, які дають змогу деталізувати образ, наприклад: “*devastating smile*”, “*a huge heart*”, “*powerful, masculine, hot, amazing, creative (Mr New Yorker)*”, “*slumpy guys*”, “*a puppy dog voice*”.

Антономазія у романах слугує засобом вираження оцінки чоловіка та розкриває симпатію або антипатію героїнь до певного типуажу, як-от: *Mr. Big* (чоловік жіночих мрій), *Mr. Marvelous*, *Mr. New Yorker*, *Internet Guy*, *The Bone*, *Bicycle Boys*, *Sex-Gods*. Наприклад, “*Bicycle Boys*” – це так звані «велохлопці», “*they are smart, funny, romantic, lean, quite attractive*”, але “*they are all kamikaze selfish pricks*” [5]. Зазвичай велохлопці полюбляють волю, більшість із них – неодружені. Ім’я *Mr. Marvelous* прямо і недвозначно характеризує персонажа: він був п’ять разів одруженим, у нього було дванадцять дітей, а всі друзі дивувалися його вмінню зачаровувати жінок. Так його характеризує одна з героїнь: “*Bachelor №2: Mr. Marvelous, sixty-five, says he’s sixty. Square jaw, silver hair, bright blue eyes, athletic – all parts work on demand*”. Іронічно представлений ще один типаж “*The Bone*”: “*...is such a naughty man ... hew as Rich, Dating, and ... Ugly*”.

Частотним у конструюванні образу привабливого чоловіка є порівняння: “*He was tall and skinny with no chin to speak of, eyes like boiled eggs*” [5]; “*He had stomach muscles that looked like the underside of a turtle*” [4]; “*Harold was like everybody’s Santa Claus*” [4]; “*The one with the face like horse*” [4]; “*Digger was disgusting since he had one of those stomachs that looks like it contains a small melon, like a starving child’s in Africa*” [4]; “*Dominique was with a personality like a scorpion*” [4]; “*He was about five feet tall and was wearing felt slippers with pointy toes, so that he resembled an elf*” [5]. Як можна побачити з наведених прикладів, порівняння, що репрезентують оцінку чоловіків героїнями, фокусують увагу як на зовнішніх, так і на внутрішніх характеристиках представників чоловічої статі.

Зауважимо, що у вербальному вираженні чоловічих образів задіяні також алюзії, за якими можна судити про певні стереотипні асоціації. Наприклад, у романі «*Sex and the City*» символічно згадується ім’я Ботічеллі (алюзія входить у конвергенцію з порівнянням): “*Barkley has a face*

like a Batticell, angel, framed by a blond page boy hair cut” [5]. Зустрічаємо також алюзію на античність: “*You don’t look much of a Prometheus to me*” – *Hercules said*” [5]. Ці алюзії також фокусують увагу на привабливих рисах зовнішності чоловіків. Однак більшість використаних алюзій належить до сучасності, як-от імена відомих акторів і музикантів як символів успіху: “*He is the next Brad Pitt*” [5]; “*She had a serious boyfriend – a pallid, sickly looking guy named Digger whoever one was convinced was the next Mick Jagger*” [4]; “*He looks like a younger, better-looking Ron Perelman*” [5]. У контексті творів такі алюзії репрезентують іронічну або саркастичну оцінку, що надають героїні чоловікам.

Висновки. Аналіз романів Кендіс Бушнелл «*Four Blondes*» та «*Sex and the City*» дав можливість простежити у представлених образах вияв сучасного стереотипу привабливого чоловіка. Зазначимо, що, загалом, стереотипний образ чоловіка, представлений у творах, співпадає із соціальною гендерною моделлю, яка існує у свідомості американок. Наприклад, проведений аналіз виявив такі риси стереотипного образу привабли-

вого чоловіка: зовнішність – *привабливий, сексуальний, засмаглий, вдягається у твідові костюми та джинси, фізично сильний, доглянутий*; соціальний статус – *багатий, успішний, обіймає певну посаду, має дороге авто (як-от: Mercedes, Porsche Turbo, Rolls Royce Limousine, Range Rover)*; сімейний статус – *неодружений, коханець*; особистісні якості – *допепний, впевнений, розумний, цікавий*; спосіб життя – *проводить багато часу в клубах (якщо неодружений)*; партнерські відносини – *гарний коханець, романтичний, люблячий*. Отже, привабливий через призму жіночого сприйняття чоловік представлений як доглянутий, впевнений, розумний, сексуальний, зі спортивною фігурою, заможний та успішний, гарний коханець, а створений письменницею стереотипний образ імпліцитно транлює у свідомість жінки-читача сучасне розуміння маскулінності.

Перспективи подальших розвідок у цього напрямі вбачаємо в подальшому порівняльному аналізі гендерної специфіки образів чоловіків і жінок у художньому дискурсі, у якому безпосередньо відображено стан і погляди соціуму, на матеріалі англійської та української мов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Горкин А.П. Современная иллюстрированная энциклопедия. Литература и язык. Москва: «Росмэн», 2006. 984 с.
2. Кузнецова Е.А. Функционирование фразеологических единиц, составляющих «образ женщины» как гендерного стереотипа, в художественном дискурсе Британии: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.19. Ростов-на-Дону, 2012. 19 с.
3. Полонский А.В. Русское слово в социокультурной перспективе. Русский язык за рубежом. 2003. № 3. С. 61–68.
4. Bushnell C. *Four Blondes*. New York, 2002. 256 p.
5. Bushnell C. *Sex and the City*. New York, 2006. 304 p.
6. Renzetti C.M. *Women, Men and Society*. Fourth. Boston, MA: Allyn and Bacon, 1999. 450 p.