

RU

Динамика конструирования гендерных импликатур в американском кинотексте

Бижева З. Х., Латипова А. Л.

Аннотация. Цель данного исследования – выявление лингвистических и прагматических механизмов конструирования гендера в кинотексте на материале американского кинематографа. В статье рассмотрены три кинотекста: “Fight Club” (1999), “Drive” (2011) и “Barbie” (2023), – которые представляют собой три этапа в изменении представлений о гендере: от кризисной маскулинности конца XX в. до постфеминистского многообразия XXI в. Проведенный анализ показал, что репрезентация гендера в кино тесно связана не только с социально-историческим контекстом, но и с речевыми и визуальными стратегиями, создающими импликатуры. Научная новизна исследования состоит в том, что в нем впервые на основе анализа импликатур выявлена трансформация гендерных представлений о маскулинности и феминности на материале фильмов, снятых с разницей в 12 лет. В результате исследования установлено, что гендер в американском кинотексте конструируется преимущественно имплицитно и его репрезентация проходит эволюцию от идей патриархата и попыток искоренить любую форму женственности (“Fight Club”) к ограниченной независимости женских персонажей и постепенной трансформации представлений о маскулинности (“Drive”) и, наконец, к смене гендерных ролей (“Barbie”).

EN

The dynamics of constructing gender implicatures in the American film text

Z. K. Bizheva, A. L. Latipova

Abstract. The study aims to identify the linguistic and pragmatic mechanisms of gender construction in the film text based on American cinema. The article examines three films – “Fight Club” (1999), “Drive” (2011), and “Barbie” (2023) – which represent three stages in the evolution of gender perceptions: from the crisis of masculinity at the end of the 20th century to post-feminist diversity in the 21st century. The conducted analysis shows that gender representation in cinema is closely linked not only to the socio-historical context but also to speech and visual strategies that generate implicatures. The scientific novelty of the study lies in the fact that it is the first to identify the transformation of gender perceptions regarding masculinity and femininity based on an analysis of implicatures across films produced at twelve-year intervals. The research results establish that gender in the American film text is constructed predominantly implicitly. Its representation has evolved from patriarchal ideals and attempts to eradicate any form of femininity (“Fight Club”) to the limited independence of female characters and a gradual transformation of masculinity (“Drive”), and finally to the reversal of gender roles (“Barbie”).

Введение

Актуальность данного исследования определяется растущей ролью медиадискурса в формировании современных представлений о гендере. Кино, в частности американское, становится одним из ведущих источников повседневных гендерных смыслов, с которыми сталкивается международная аудитория. В условиях трансформации гендерных норм в западном обществе и одновременного усиления дискуссий о репрезентации их в медиа, языкознание сталкивается с задачей выявления того, как именно языковые средства участвуют в конструировании гендерных образов на уровне текста. Без такого анализа остаётся непрозрачным механизм, посредством которого кинематографические нарративы влияют на когнитивные схемы восприятия гендера. Лингвистическое осмысление этих процессов необходимо для развития дискурс-аналитических подходов и для понимания того, как язык в аудиовизуальном формате участвует в воспроизводстве или трансформации социальных норм.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

- 1) исследовать понятия кинотекста и гендера как элементов лингвокультуры;
- 2) выявить лексико-семантические и синтаксические средства выражения гендерных стереотипов в диалогах персонажей;
- 3) проанализировать проявление гендерных установок в результате взаимодействия персонажей.

В ходе работы использовались следующие методы исследования: теоретический – для анализа и систематизации научной литературы; метод сплошной выборки языкового материала из фильмов – для формирования репрезентативного анализа выборки реплик; прагматический и контекстуальный анализ использовались для выявления имплицатур; описательный и сравнительно-сопоставительный методы – для систематизации и интерпретации полученных данных, что позволило выявить закономерности вербальной репрезентации гендерных моделей.

Материал исследования составляют 30 эпизодов из 3 американских кинофильмов общей длительностью 353 минуты. Анализ проводился в следующих временных срезах: 1999 г. – “Fight Club” («Бойцовский клуб»), 2011 г. – “Drive” («Драйв»), 2023 г. – “Barbie” («Барби»).

Теоретическую базу исследования составили следующие фундаментальные положения: концептуальные основы гендерной лингвистики, разработанные А. В. Кирилиной (2000; 2004; 2015; 2019; 2021), А. В. Кирилиной, М. В. Гаранович (2022), в частности представление о языке как средстве конструирования гендерной идентичности и инструменте воспроизводства социокультурных стереотипов, послужили методологической основой для анализа кинодиалога; работы Н. Г. Божановой (2012), посвященные речеповеденческим стратегиям и тактикам в рамках гендерного подхода, позволили определить ключевые параметры для классификации речевых характеристик персонажей; важную основу для прагмалингвистического анализа скрытых смыслов и установок в репликах героев составила теория имплицитного содержания высказывания Г. П. Грайса (Grice, 1975).

Практическая значимость исследования заключается в том, что разработанная методика анализа гендерных имплицатур может быть применена в рамках ведения курса лингвокультурологии, а также при создании учебных и методических материалов в таких прикладных областях, как межкультурная коммуникация, медиалингвистика и переводоведение.

Обсуждение и результаты

Согласно определению, данному в Словаре гендерных терминов, под гендером понимается совокупность социальных и культурных норм, формирующих поведение, роль, ментальные и эмоциональные характеристики человека в зависимости от его биологического пола. Таким образом, гендер выступает как результат социализации, а не природной предрасположенности, что делает его важным объектом для исследования в различных науках, включая лингвистику.

Истоки интереса к гендерным различиям уходят в античные времена, когда изучалась лишь грамматическая категория рода. На протяжении долгого времени ученые придерживались символично-семантической гипотезы, согласно которой грамматический род напрямую связан с биологическим полом. Сторонники этой точки зрения, в частности В. фон Гумбольдт и Я. Гримм, считали, что мужской и женский грамматические роды воспроизводят стереотипы, связанные с маскулинностью и феминностью. При этом они использовали экстралингвистический опыт для объяснения мотивированности категории рода, наделяя мужские формы признаками силы и активности, а женские – мягкостью и пассивностью (Кирилина, 2000).

Следующий этап в развитии гендерных исследований ознаменован изучением редких языков. В XVIII в. ученые обратили внимание на то, что в некоторых первобытных языках существовало четкое разделение на мужские и женские разновидности речи, что указывало на глубоко укоренившееся в языке разделение по половому признаку. Подобные наблюдения способствовали более пристальному анализу взаимосвязи между языком и социальной ролью представителей мужского и женского пола.

XX в. характеризуется новым поворотом в развитии гендерных исследований благодаря работам следующих ученых: А. Мейе (1951), который продолжил развивать сравнительно-исторические исследования с учетом сосюрловских положений о системности языка, а происхождение категории рода связывал с существованием оппозиции «одушевленность – неодушевленность»; М. Бреаль (Bréal, 1964) – специалист по семантике; Э. Сепир (1993), внесший вклад в социалингвистику и утверждавший, что язык является символическим ключом к поведению, так как опыт в большей мере истолковывается посредством конкретного языка и наиболее точно проявляется в тесной взаимосвязи языка и мышления; О. Есперсен (Jespersen, 1922), описавший в 1922 г. в своей книге особенности женской речи.

Гендерные исследования второй половины XX в. были более социально ориентированы. Одной из наиболее заметных работ этого периода является книга Роберты Лакофф «Язык и место женщины» (Lakoff, 1973), в которой автор обращает внимание на андроцентричность языка и маргинализацию образа женщины в нем. Р. Лакофф указывает на то, что в языке чаще находят отражение патриархальные ценности, где все «мужское/маскулинное» считается значимым, а все «женское/феминное» определяется как вторичное, а иногда и как «ущербное». Действительно, в языке и культуре четко закреплено понимание того, как должны говорить и вести себя как женщина, так и мужчина, однако если женщина не следует этим принципам, то она подвергается резкой критике. В русском языке также с негативной оценкой используется сравнение «ведешь себя как девчонка» (Латипова, 2020).

Изучение гендера в отечественной лингвистике началось в конце 1980-х – начале 1990-х гг. Отличительной особенностью отечественных работ является изучение языка и речи с учетом вариативности языка. Так, Н. Г. Божанова отмечает, что «под языковой вариативностью понимается способность говорящего переключаться с одних языковых средств на другие при смене каких-либо условий коммуникативного акта» (2012, с. 71). Автор отмечает, что «вариативность репрезентируется на всех уровнях речевой коммуникации» (Божанова, 2012, с. 71) – от владения языковыми средствами до понимания говорящим допустимости тех или иных вариантов.

Л. И. Синельникова и Г. Ю. Богданович (2001, с. 40) определяют гендер как социальный пол, объединяющий в себе как биологические, так и культурные аспекты. Для адекватного описания гендерных признаков, закрепленных в русской языковой системе, в речи мужчин и женщин, в различных фреймах, необходимо изучение гендерной проблематики в условиях родной культуры и языка, ориентированных на отечественные реалии и традиции, а не на придуманные под влиянием зарубежной феминологии факты дискриминации в языке и через язык.

В рамках нашего исследования мы понимаем процесс конструирования гендера как когнитивную деятельность имплицитного характера, в которой каждый создаваемый смысл передан посредством конвенциональных и коммуникативных импликатур.

В рассматриваемых нами фильмах гендерные роли часто формируются именно через систему таких импликатур: поведение героев, их выбор одежды, манеру говорить, уровень эмоциональной открытости, степень активности и даже способы взаимодействия с объектами и персонажами противоположного пола.

Кризис традиционных представлений о маскулинности (на материале фильма “Fight Club”)

Фильм “Fight club” 1999 года является идеальным примером мужского кино. Идея и философия фильма полностью созвучны художественным образам и смыслам, заявленным в одноименной книге Чака Паланика, а именно – положение мужчин в обществе, которые не находили себе место в этом мире и времени.

Одним из главных приемов, посредством которого раскрывается эта тема, является использование референциальных наименований, которые не только служат средством общения, но и отражают внутренние конфликты героев, их социальную позицию и гендерную идентичность. В данном анализе рассматриваются примеры мужских и женских референций в фильме и их связь с культурными и гендерными изменениями в американском обществе 1990-х годов.

Следующий прием в фильме – отсутствие имени главного героя. Автор обозначает его как “Narrator” (Рассказчик). Это не просто стилистическое решение, а символическая попытка показать универсального представителя современного западного мужчины. Такой подход позволяет зрителю понимать, что судьба Рассказчика может быть судьбой любого, особенно в условиях потребительского капитализма, где личность все чаще определяется не характером, а вещами, которые покупает: “*The things you own end up owning you*”. / «*Вещи, которыми ты владеешь, в итоге начинают владеть тобой*» (здесь и далее перевод выполнен автором статьи. – А. Л.). В фильме мужчины, участвующие в Бойцовском клубе и затем в проекте «Разгром», также лишены имен. Их называют через местоимения (*you (ты), he (он)*), обобщенные понятия (*man (мужчина), member (член)*) или даже абстрактные категории (*Project Mayhem member (участник проекта Разгром)*), что создает эффект коллективной идентичности, которая противопоставляется личной безымянности. Символично, что единственный персонаж с полным именем – Тайлер Дерден. Он выступает в роли лидера, антагониста и альтер-эго Рассказчика.

Таким образом, фильм демонстрирует, как вместо традиционного образа проявляется образ мужчины, ищущего силу через разрушение и саморазрушение. Фильм был выпущен в конце 1990-х – время, когда в США наблюдался кризис мужественности. В этом контексте “Fight Club” стал своего рода культурным манифестом разочарованных мужчин, которые чувствовали себя лишенными роли, цели и силы. Однако фильм не предлагает решения – он показывает крайнюю форму протеста, которая ведет к хаосу и разрушению.

В материале рассмотренного кинотекста отчетливо выделяются три основные группы смысловых гендерных импликатур:

1. Импликатуры, отражающие стереотипные характеристики мужчин и женщин. Представление о гендерных ролях в большей степени обусловлено культурно-историческим контекстом. Еще в древности сложились четкие предназначения и роли мужчины и женщины. Мужчина считался защитником и добытчиком, его роль предполагала быть сильным и не показывать слабость. Женщина же априори считалась слабым полом, и в ее обязанности входило обустройство домашнего очага, проявление заботы, сочувствия и сентиментальности. Подобными качествами обладает Клои – эпизодичный женский персонаж, болеющий раком. Ее образ можно интерпретировать как женственность, которая уже умерла во вселенной фильма: “*Chloe looked the way Meryl Streep's skeleton would look if you made it smile and walk around the party being extra nice to everybody*”. / «*Клои выглядела так, как выглядел бы скелет Мэрил Стрип, если бы вы заставили его улыбаться и любезничать со всеми на вечеринке*». Женщины вытеснили мужчин, но при этом уничтожили сами себя, превратившись в тип Марлы, неспособной исполнить ни традиционной маскулинной, ни традиционной феминной роли. Марла – единственный самодостаточный женский герой в фильме. Героиня живет в потрепанном номере отеля, где царит беспорядок: одежда и другие предметы разбросаны по всей комнате. Ее одежда измята и неопрятна, волосы растрепаны или частично собраны в небрежный хвост. Она не создает уют в жилище, не воспитывает потомство, не проявляет заботу и чувственность. Интерес представляет и языковая составляющая сценария, где образ героини конструируется через систему лексических маркеров девиации. Уже первая

сцена с Марлой задаёт тон: “*in her crummy apartment*” – эпитет *crummy* («убогий», «паршивый») в значении “*very poor or inferior*” (Merriam-Webster) немедленно выводит персонажа за рамки домашнего уюта как феминной ценности. Действие разворачивается не дома – *home* или *room*, – а именно *apartment* – нейтральном, транзитном пространстве, лишённом коннотаций заботы (Oxford Learners Dictionary: “*apartment – a set of rooms used for a holiday; a set of rooms for living in, usually on one floor of a building*” / «квартира – комнаты для проживания, обычно на одном этаже какого-либо здания»), без семы «гнезда» или «очага». Особый интерес представляет эпизод с одеждой. Рассказчик описывает: “*She takes out all the clothes, sets them on a table and sorts through them, picking out jeans, pants and shirts*”. / «Она вынимает одежду, раскладывает на столе и начинает разбирать – джинсы, штаны и рубашки». Обратим внимание на лексический выбор: глаголы *takes out, sets, sorts* лишены эмоциональной окраски; это не *folding* (складывание с заботой) и не *arranging* (расположение с эстетическим намерением), а сухая механическая операция. Более того, в перечислении “*jeans, pants and shirts*” отсутствуют любые феминные маркеры, нет *dresses, skirts, blouses*. Лексический ряд сознательно обеднён до униформы, стирающей гендерную дифференциацию. Иными словами, героиня совершенно не отвечает феминной модели поведения.

2. Импликатуры, подчеркивающие различия мужского и женского восприятия. Интерес для анализа представляет поведение и образ жизни Рассказчика до встречи с Тайлером. Джек живет в уютной, идеально чистой квартире, он сам обустроивает ее интерьер, заказывая предметы декора и мебель из интернет-магазина. На работе он беспрекословно выполняет все поручения начальника и ни в чем ему не возражает. Он лечит бессонницу, посещая группы для неизлечимо больных, где может поплакать на большой груди Боба или выслушать горькие истории остальных и понять, что его страдания не так велики и что все может быть намного хуже. Такая модель поведения больше напоминает женскую, нежели мужскую. Д. Финчер показывает, как идет половая и гендерная трансформация из мужчины в женщину. Первая стадия (внутренняя) продемонстрирована на примере личности Джека, вторую (внешнюю) олицетворяет Боб – мужчина, которому удалили тестикулы (в прошлом он был чемпионом по бодибилдингу), его бросила жена, тело приняло женские черты, он лишился всех прежних доходов.

Примечательно, что Джек впервые встретил Марлу именно в группе болеющих раком тестикул. Эта встреча возмутила Рассказчика, потому что Марла не могла иметь это заболевание, но Джек также не имел права там находиться, ведь у него все еще имелось «мужское начало».

Когда женщина стала вытеснять Рассказчика из его же жизни, появился Тайлер, который начал проявляться в сознании Джека задолго до встречи с Марлой. Поселившись со своим мужским альтер-эго, Джек стал жить по мужской модели поведения. Дом, в котором они поселились, был грязным и разваливающимся, в нем совсем не было комфорта. Вид рассказчика стал неопрятным: мятая незаправленная рубашка, выбитые зубы, незатянутый галстук. Тайлер не хотел, чтобы Марла знала о мужской стороне Джека, и просил не рассказывать ей о нем. Как-то раз он сказал Рассказчику: “*We’re a generation of men raised by women. I’m wondering if another woman is really the answer we need*”. / «Мы – поколение мужчин, воспитанных женщинами. Мне интересно, действительно ли другая женщина – то, что нам нужно». Лингвистическая структура высказывания Тайлера конструирует женщину не как субъект, а как повторяющуюся ошибку в уравнении маскулинности. Кризис здесь не в том, что мужчины «воспитаны женщинами», а в том, что герой сам по себе уже закодировал это воспитание как травму. Именно поэтому Тайлер с Джеком создали единственное место, куда еще не проникла женщина, – Бойцовский клуб. Цель проекта – избавиться от женщины, дух которой витает повсюду.

3. Импликатуры, иллюстрирующие динамику гендерных представлений во времени. Когда Рассказчик узнал, что взорвалась его квартира, сначала он набрал номер Марлы и только потом Тайлера. Именно женщина вытеснила тотемного пингвина из пещеры Джека. Сам образ пингвина тоже довольно интересен, ведь у пингвинов яйца поочередно высидивают и самцы, и самки, а у императорских и королевских – преимущественно самцы, что тоже достаточно символично. Если рассматривать финал с радикальной позиции, то можно сказать, что женское начало в итоге взяло верх и цель проекта оказалась невыполненной. Стерлось все мужское и женское, и режиссер буквально показывает, как рушится мир на их и наших глазах, как взрываются и крушатся здания, а вместе с ними и устои традиционного общества. Впереди нас ждет XXI век – с его трансгендерами, метамодернизмом, новыми видами феминизма (киберфеминизм, интерсекциональный феминизм и др.) и профеминизмом.

Для более полной иллюстрации сказанного выше было выделено десять областей («карьера», «семья/брак/дети», «внешние качества», «внутренние качества», «деньги», «война/риск/героизм», «техника», «одежда», «оружие», «физическая сила»), каждую из которых мы проанализировали в рамках данного кинотекста. Данное распределение основано на анализе диалогов и тем, затрагиваемых всеми персонажами в фильме.

Мы видим, как такие значимые области как «карьера», «деньги», «оружие» и «физическая сила» являются центральными и значимыми только для мужских персонажей, главная героиня только вскользь упоминает их, что говорит нам о том, насколько неравны мужчины и женщины, их интересы и сферы деятельности. Ввиду этого останавливаться подробно на каждой тематической области не имеет значения, так как главная героиня не высказывает свое мнение по поводу многих вещей, таких как карьера или даже семья, она традиционно сложная женщина, которую главный герой никак не может разгадать, но она стремится к пониманию между ними, говорит о своих моральных переживаниях через метафоры и сравнения, в которых отражается ее собственное чувство ненужности и незначительности. Ключевой пример – монолог о платье: “*I got this dress at a thrift store for a dollar. It’s probably a bridesmaid’s dress. Some girl loved it intensely for one day, then*

she tossed it, like a Christmas tree. So special, then, bam – it's on the side of the road. / «Я купила это платье в комиссионном магазине за доллар. Скорее всего, это платье подружки невесты. Какой-то девушке оно безумно понравилось, а потом она выбросила его, как рождественскую елку. Такое особенное, а потом, бац – оно лежит на обочине дороги». Слово *thrift store* в американском варианте несёт оттенок благотворительной лавки для бедных; в *Merriam-Webster* оно определяется как «магазин подержанных вещей, обычно управляемый благотворительной организацией». В отличие от британского *charity shop* или нейтрального *second-hand store, thrift store* активизирует коннотацию вынужденной экономии.

В рамках данного исследования рассмотрены мужские и женские номинации, выявленные в диалогах и повествовании фильма. Все мужские номинации, зафиксированные в фильме, могут быть условно разделены на три группы:

- *позитивные характеристики*. К этой группе относятся такие номинации, как *clever guy* (умный парень), *smartest man* (умнейший мужчина), *big guy* (большой парень), *zen master* (мастер дзен). Эти термины подчеркивают идеализированную модель мужественности, воплощенную в образе Тайлера Дердена. Он умен, силен, духовен, авторитетен. Его позиция близка к лидерской, почти мессианской, что подтверждается его ролью основателя Бойцовского клуба и проекта «Разгром». Тело становится полем битвы культурных норм и именно через физическое противостояние Тайлер выражает свою идентичность;
- *нейтральные роли*. Сюда можно отнести такие термины, как *boss* (босс), *sir* (сэр), *son* (сын), *case worker* (оперативный работник), *supply guy* (снабженец). Они указывают на социальный статус или функцию персонажа в обществе;
- *негативные оценки*. Такие номинации, как *maggots* (личинки), *quiet a young man* (довольно молодой парень), *slaves with white collars* (рабы в белых воротничках) служат средством критики потребительского общества. Мужчины воспринимаются как жертвы системы, лишённые настоящей маскулинности.

Женские номинации в фильме, напротив, имеют преимущественно негативную окраску, что свидетельствует о стигматизации женского образа и его маргинализации в тексте. Фразы вроде *chick* (цыпочка), *babe* (малышка), *sweetheart* (милая), которые часто используются в разговоре с Марлой или о ней, снижают женщину до объекта желания и внимания, а также подчеркивают ее роль как «второй» фигуры в мужском пространстве. Подобное восприятие соответствует модели гетерогендера, где женщина существует лишь как дополнение к мужчине.

Таким образом, в данном фильме иллюстрируется традиционная модель восприятия гендера.

Трансформация представлений о маскулинности и феминности (на материале фильма “Drive”)

Если в “Fight Club” мы видим кризис маскулинности в условиях потребительского капитализма, то фильм “Drive” является современным примером кино, в котором сочетаются нео-нуар, экшен и психологическая драма. Фильм, снятый режиссером Н. В. Рефном, – экранизация одноименного романа Джеймса Сэллеса. Хотя эту картину тоже можно отнести к «мужскому кино», здесь мы видим, что традиционные маскулинные ценности постепенно подвергаются переосмыслению. Это делает фильм интересным объектом для анализа гендерных стереотипов, референтов и трансформации идентичности в начале XXI века.

Так же, как и в «Бойцовском клубе», у главного героя фильма «Драйв» нет имени. Однако, в отличие от Расказчика из «Бойцовского клуба», в данном случае отсутствие имени главного героя является показателем его свободы, а не потери идентичности. Имя здесь заменяется на функцию: он водитель, каскадер, преступник, защитник. Такое определение подчеркивает, что его идентичность основана не на социальных ролях, а на действиях и выборе. Он – человек действия, но не в контексте разрушения, как Тайлер Дерден, а в рамках молчаливой защиты слабых.

В материале данного кинотекста выделенные нами ранее гендерные импликации представлены следующим образом:

1. Импликации, отражающие стереотипные характеристики мужчин и женщин. Главный герой (Драйвер) олицетворяет традиционные маскулинные черты – сила, решительность, роль защитника. Однако и здесь мы видим противопоставление традиционному образу «сильного мужчины». С одной стороны, он эмоционально сдержан, но с другой – способен на глубокую привязанность к Айрин и ее сыну. Если в первом фильме женский персонаж является одной из ипостасей мужчины, существующей только в его разуме, в фильме “Drive” женский персонаж представлен как автономный герой. Айрин не «жертва», которую нужно спасти, а полноценный участник истории, чье решение изменить свою жизнь и становится катализатором событий. Интересно также происхождение ее имени. В некоторых толкованиях имя Айрин связано с состраданием и силой духа.

2. Импликации, подчеркивающие различия мужского и женского восприятия. Драйвер полагается только на свои навыки и интуицию. Насилие, которое он применяет, всегда сдержанно. Материнский инстинкт Айрин, несмотря на страх перед бывшим мужем, толкает ее на смелые поступки. Важной деталью в фильме является то, что Драйвер защищает Айрин не ради контроля, а из чувства ответственности, что подчеркивает его моральную сторону.

3. Импликации, иллюстрирующие динамику гендерных представлений во времени. Несмотря на то, что в фильме присутствуют элементы традиционной маскулинности, эти качества пересекаются с новыми представлениями о маскулинности. Драйвер не стремится к власти или славе; его действия продиктованы моралью и этическими принципами, что отражает постпатриархальный взгляд на мужество. Образ Айрин доказывает, что женская сила может быть связана с внутренней решимостью, а не только с внешними проявлениями.

Например, в финале она не становится «спасенной», а остается частью сложной моральной дилеммы, что подчеркивает ее зрелость и независимость. Драйвер же, в свою очередь, остается одиноким и изолированным. Его отказ от семейной жизни в финале символизирует невозможность сочетать «героическое» и «домашнее» в современном обществе. Также подобный финал может быть интерпретирован как символ отказа от традиционной семейной роли для самосохранения, которое возможно только вне системы.

Анализ тематических областей фильма показал, что мужские персонажи доминируют в темах, связанных с действием (риск, техника, оружие, физическая сила), а женские персонажи чаще рассматриваются в контексте внешности и семьи. Мужские диалоги насыщены лексикой власти и физического контроля, что соответствует традиционным маскулинным ценностям. Драйвер, например, профессионален в своей работе (*водитель, каскадер*), использует оружие для защиты и демонстрирует физическую мощь в сценах насилия (*например, убийство Берни Роза*). Мужские персонажи связаны с «войной/риском/героизмом», что демонстрирует их роль как защитников и деятелей в опасной среде. Женские персонажи сосредоточены не только на «внешних качествах» и «одежде», что отсылает к стереотипу женской привлекательности как объекта желания (*например, сцена с Айрин в лифте, где камера фокусируется на ее внешности*), но и на стремлении выйти за рамки пассивной роли жертвы (*например, Айрин не стремится к спасению, а принимает рациональные решения, подчеркивая переход к постфеминистским ценностям*).

Разбирая пункты, детально важно начать с самого первого – «карьера». В фильме это исключительно мужская сфера: *“I drive. That's all I do”*. / «Я вожу. Это все, чем я занимаюсь». «Драйв» воспроизводит архаичную модель, где профессия является маркером маскулинности. Женская внешность становится объектом мужского внимания: *“We're at this party and I see the most beautiful girl I ever laid eyes on”*. / «Мы на этой вечеринке и передо мной самая красивая девушка, которую я когда-либо видел». Мужская одежда (особенно культовая куртка главного героя) выполняет функцию «доспехов», подчеркивая профессиональную идентичность. В «Драйве» визуальная репрезентация усиливает традиционные гендерные роли, вместо того чтобы, наоборот, использовать тему внешности для деконструкции стереотипов через комедийные приемы. Переходя к финансовой тематике, мы видим, как она полностью контролируется мужскими персонажами. Деньги связаны с криминальными сделками и профессиональной деятельностью: *“You bring the cash?”* / «Принес наличку?», *“The money belonged to a half assed wiseguy from Philly”*. / «Эти деньги принадлежали недоделанному гангстеру из Филадельфии». Эти примеры показывают, что деньги в дискурсе фильма существуют не как экономическая категория, а как лингвистический маркер криминальной идентичности: через эллипсис грамматики (*cash* без вспомогательного глагола), вульгарную деривацию (*half assed*), уничижительный сленг (*wiseguy*).

Анализ мужских и женских номинаций в фильме показал, что мужские номинации здесь, как и в фильме *“Fight Club”*, представлены значительно шире, чем женские. Среди мужских номинаций появляются слова, обозначающие социальные роли, иллюстрирующие как семейный, так и трудовой статус – *father (отец), husband (муж), neighbour (сосед), mechanic (механик), driver (водитель)*, характеристики внешности и характера – *good looking (привлекательный), strong guy (сильный парень), tough (крепкий)*, а также нейтральные термины – *new guy (новичок), good drive (хороший водитель)*. Женские же номинации сводятся преимущественно к семейному статусу – *mommy (мамочка), widow (вдова), husband's wife (жена своего мужа)* или к оценке внешности – *good girl (хорошая девочка), caring woman (заботливая женщина)*, что подчеркивает традиционное разделение гендерных ролей.

Постфеминистская рефлексия и деконструкция гендерных характеристик (на материале фильма “Barbie”)

Фильм Греты Гервиг *Barbie* (2023) иллюстрирует резкий сдвиг в области гендерных характеристик, что делает этот фильм своего рода деконструктивным постфеминистским манифестом.

В материале данного кинотекста гендерные импликации представлены следующим образом:

1. Импликации, отражающие стереотипные характеристики мужчин и женщин. Главная героиня, стереотипная Барби, является воплощением женственности – всегда ухоженная, веселая, без внутренних конфликтов. Однако как только она столкнулась с реальным миром, ее уверенность пошатнулась. В одной из сцен Барби, узнав, что в реальном мире мужчины по-прежнему занимают доминирующие позиции, с горечью восклицает: *“I thought the real world would be better. But everything here feels worse”*. / «Я думал, что в реальном мире будет лучше. Но здесь все кажется еще хуже». Эта фраза, выраженная оппозицией *better – worse*, представляет собой скрытую критику реальности, в которой эмансипация женщин чаще существует лишь на словах. Кроме того, диалог между Барби и Глорией демонстрирует противоречивые ожидания, связанные с ролью женщины в обществе: *“...Like we have to always be extraordinary and somehow we're always doing it wrong. You're supposed to be THIN but not TOO THIN and you can never say you want to be THIN you have to say you want to be HEALTHY but you also have to BE thin. You have to be a boss but you can't be mean... You're supposed to LOVE being a mother but don't talk about your kids all the damn time... You're supposed to be pretty for men but not SO pretty that you tempt them too much or threaten other women”*. / «...Как будто мы всегда должны быть прекрасными, но почему-то всегда делаем это неправильно. Ты должна быть СТРОЙНОЙ, но не СЛИШКОМ, и ты никогда не сможешь сказать, что хочешь быть СТРОЙНОЙ, ты должна сказать, что хочешь быть ЗДОРОВОЙ, но ты также должна быть стройной. Ты должна быть начальником, но не можешь быть злой... Тебе должно нравиться быть матерью, но не говори о своих детях все время, черт возьми. Ты должна быть привлекательной для мужчин, но не настолько, чтобы слишком сильно их соблазнять или представлять угрозу для других женщин». Данная цитата основана

на приеме синтаксического параллелизма: “*You're supposed to... but...*” или “*You have to... but...*”. Важно различие между *supposed to* и *have to*: первое подразумевает неформальную норму («так принято»), второе – императив («ты обязана»). Чередование этих конструкций создаёт эффект нарастающего давления.

Образ Кена также основан на карикатурном воспроизведении мужских стереотипов. Кены лишены профессий, их поведение сведено к эстетической функции (пляжи, серфинг, романтическая привязанность к Барби). Фраза Кена “*My job isn't surfer. It's not even lifeguard... my job is actually just Beach*” / «Я не серфер. Я даже не спасатель... На самом деле, моя работа – просто пляж» активизирует импликацию мужской декоративности и зависимости от женской воли. Кен не работает на пляже и не с пляжем – его работа и есть пляж. Он сам становится частью декорации и не владеет никакой профессией. Однако, попав в реальный мир, он сразу же пытается занять доминирующую позицию: “*I want a high position with influence. Isn't being a man enough?*” / «Я хочу занять высокое положение и быть влиятельным человеком. Разве недостаточно для этого быть мужчиной?». Использование глагола *want* в первом предложении выражает немодифицированное, прямое желание, без коннотации сомнения. Во втором предложении, которое усиливается риторическим вопросом “*Isn't being a man enough?*”, Кен утверждает, что того, что он мужчина, должно быть достаточно, и выражает возмущение недостаточностью. Данная фраза показывает, как мужское самочувствие может зависеть от власти и признания, а не от личных достижений.

2. Импликатуры, подчеркивающие различия мужского и женского восприятия. Фильм также исследует, как в современных условиях мужчины и женщины воспринимают себя и друг друга. Барби сталкивается с дискриминацией и сексизмом, которых она не знала в Барбиленде. Ее приветствуют насмешками: “*Have I died and gone to heaven because you're an angel*” / «Я что умер и попал в рай, потому что ты самый настоящий ангел», “*If I said you had a hot body, would you hold it against me?*” / «Если бы я сказал, что у тебя красивое тело, ты бы обиделась на меня за это?». Слова *blondie*, *angel*, *hot body* выражают пренебрежительное и фамильярное отношение к женщине как к объекту восхищения. Игра слов *hold it against me* усиливает манипуляцию. Фразовый глагол *to hold something against someone* означает «испытывать обиду», но в данном контексте *it* отсылает к *body* – физическому телу. Возникает двусмысленность: буквально – «будешь ли ты держать тело против меня», т. е. прижиматься телом к говорящему. Эти реплики не только проявляют объективирующее отношение, но и активируют импликацию восприятия женского тела как объекта визуального потребления.

3. Импликатуры, иллюстрирующие динамику гендерных представлений во времени. Фильм сатирически обыгрывает патриархат, особенно в сценах, где Кен пытается внедрить систему, в которой мужчины занимают главенствующее положение: “*Why didn't Barbie tell me about Patriarchy? Which, according to my understanding, is where men and horses run everything!*” / «Почему Барби не рассказала мне о патриархате? В моем понимании, здесь всем управляют мужчины и лошади!». Сравнение “*men and horses*” создаёт семантическую коллизию: оба существительных стоят в одной синтаксической позиции после союза *and*, что грамматически уравнивает их как субъектов действия “*run everything*”. Однако союз *and* предполагает семантическую совместимость компонентов (ср. “*men and women*”, “*cats and dogs*”), тогда как *men/horses* нарушает эту совместимость – лошади в современном дискурсе не являются носителями социальной власти. Данная фраза иронично подчеркивает абсурдность некоторых мужских притязаний на власть и демонстрирует, как мужчины могут принимать систему, не понимая ее последствий.

Барби сталкивается с критикой со стороны молодой феминистки Саши, которая называет ее символом всего плохого в культуре: “*You set feminism back fifty years*”. / «Вы отбросили феминизм на пятьдесят лет назад». Однако в диалоге с Рут Хэндлер (основательницей Барби), Барби осознает: “*I want to be the one that makes meaning, not the thing that's made*”. / «Я хочу быть той, кто создает, а не тем, что создают». В данном предложении одна его часть “*the one that makes*” – активная конструкция с человеком в роли субъекта; вторая – пассивная конструкция “*that's made*”, где субъект “*thing*” редуцирован до объекта действия. Это выражение представляет собой феминистское стремление к автономии и самоопределению, когда женщина хочет быть автором своей жизни, а не объектом чьего-то внимания.

Анализ тематических областей показал, что фильм активно исследует тему женской карьеры и важности независимости: “*She has her own money, her own house, her own car, her own career*”. / «У нее есть свои деньги, свой дом, своя машина, своя карьера». Параллельная конструкция в данном предложении с ключевым маркером *own* создает эффект значимости того, что все эти предметы принадлежат исключительно данному лицу, без разделения с другими. Данная фраза символизирует освобождение женщины от традиционной домашней роли. Здесь Барби выступает прототипом современной успешной женщины с материальным обеспечением и профессиональным самоопределением.

Тема семьи раскрывается через конфликт между матерью и дочерью, а также через критический взгляд на семейные стереотипы. Момент, когда Глория говорит “*I didn't even go on that cruise I won at your school raffle because I didn't have enough vacation days and your dad is allergic to sun*” / «Я даже не поехала в тот круиз, который выиграла в вашей школьной лотерее, потому что у меня было мало каникулярных дней, а у твоего папы аллергия на солнце» иллюстрирует жертвенную роль матери, которая отказывается от личных удовольствий ради семьи. Также показана другая модель восприятия, где Саша говорит: “*Mom, are you really going to let Barbie take you and your tween daughter to an imaginary land?*” / «Мама, ты действительно позволишь Барби увезти тебя и твою дочь-подростка в воображаемую страну?», что демонстрирует напряжение между поколениями, где мать хочет уйти от рутины, а риторический вопрос во фразе дочери кодирует отрицание права матери на уход от рутины. Мощное заявление Руф Хэндлер (создательницы Барби) (“*We mothers stand still so our daughters can look back to see how far they've come*” / Мы, матери, стоим уверенно, чтобы наши дочери могли оглянуться назад и увидеть,

как далеко они продвинулись) о материнстве, построенное на пространственной оппозиции *stand still* (словосочетание закрепляет мать в позиции фиксированной точки отсчета) / *how far they've come* (словосочетание подчеркивает результат движения), представляет мать движущей силой прогресса, где каждое поколение женщин строит путь для следующего.

Анализ мужских и женских номинаций показывает, что в мире Барбиленда, представляющего собой матриархальную утопию, женские номинации демонстрируют резкий лексико-семантический разрыв между двумя полюсами: на одном – высокостатусные социальные роли (*doctor – врач, president – президент, lawyer – адвокат, CEO – генеральный директор*), на другом – объективация и инфантилизация (*bimbo – пусышка, object – предмет, decoration – украшение*).

Мужские номинации структурированы иначе. В большинстве случаев они отсылают к роли (*boyfriend – парень, construction worker – строитель*), физической силе (*cowboy – ковбой, policeman – полицейский*) или мужской субкультуре (*dude – парень, bro – брат, homies – кореш*). Эти слова создают импликацию: мужчина – это деятель, фигура действия, субъект с назначением. Интерес вызывает вкрапление ироничных или дегуманизирующих номинаций, таких как *chucklehead (болван), crazy (сумашедший), weird (странный), uncool (немодный)*. Они отражают пародийную сторону фильма, где Кены становятся антигероями, потерявшими свое «место» в мире женщин.

Феминистский сдвиг в фильме начинается с того момента, когда Барби начинает чувствовать тревожность, сомнение и дискомфорт от восприятия себя как продукта. Она говорит: *“I’m Stereotypical Barbie, and therefore don’t form conjectures concerning the causality of adjacent unfolding events”*. / «Я стереотипная Барби, и поэтому не строю предположений относительно причинно-следственной связи между разворачивающимися событиями». Здесь имплицитно осознается ограниченность – Барби чувствует, что ее «функция» не соответствует опыту. Кульминацией феминистской имплицитной становится монолог Глории – взрослой женщины из реального мира: *“It is literally impossible to be a woman... you’re always too much or never enough”*. / «В буквальном смысле невозможно быть женщиной... тебя всегда слишком много или всегда недостаточно». Этот монолог строится на оппозиции *too much / never enough* и отражает не только внутренний женский конфликт, но и накопленную социокультурную боль, в которой феминность невозможна – она либо превышена (*too much*), либо отсутствует (*never enough*). Постфеминистская импликация Барби – это право быть не кем-то, а собой, за пределами модели, роли или идеологии.

Так, кинотекст предлагает новую этику идентичности – этику согласия с реальностью и собой. Еще большая ценность этого заключается в том, что режиссером фильма, в отличие от двух предыдущих, является женщина. Именно она не только поднимает вопрос о необходимости переосмысления феминности, но также говорит о важности переосмысления маскулинности ради самого общества, в котором женщина не обязана быть ни героиней, ни идеалом, ни жертвой.

Заключение

Таким образом, в результате проведенного исследования мы приходим к следующим выводам.

В ходе теоретического анализа кинотекста и гендера установлено, что кинотекст функционирует как полифункциональный дискурсивный феномен, в котором гендер конструируется не только через вербальные средства, но и через их взаимодействие с визуальными кодами.

Анализ диалогов персонажей позволил выявить динамику лексико-семантических и синтаксических средств, используемых для репрезентации гендера. Репрезентация маскулинности в американском кино прошла путь от агрессивной модели с вербальным минимализмом, императивностью и сниженной лексикой (“Fight Club”) через редуцированные синтаксические конструкции (“Drive”) к иронии и вербализации уязвимости (“Barbie”). Феминность в кино также развивается от синтаксиса неопределенности и пассивности объекта (прерывистые конструкции, вопросы, невербальное заполнение пауз у Марлы) через вербальное отсутствие и стереотипно женские темы (Айрин) к субъектной речи с развернутым монологом и философским обобщением (Барби, Глория).

Анализ речевого взаимодействия, опирающийся на теорию имплицитных смыслов Г. П. Грайса и классификацию речеповеденческих стратегий Н. Г. Божановой, показал, что гендерные установки проявляются комплексно – через прагматику коммуникации. Установки конструируются и считываются в диалогах: установки на доминирование и деструкцию реализуются через конфликтные речевые акты и нарушение максим вежливости (“Fight Club”); маскулинная установка на автономию и отчуждение проявляется через молчание, тогда как женская установка остается в зоне фатического общения (“Drive”); в фильме “Barbie” персонажи занимают мета-позицию, вербализуя и оспаривая традиционные гендерные роли.

Таким образом, выявление лингвистических и прагматических механизмов конструирования гендера в американском кинотексте показало, что за рассматриваемый период в американском кинематографе произошел широкий социокультурный переход от гегемонистской маскулинности и пассивной феминности к их полному переосмыслению.

Перспективы дальнейшего исследования видятся нам в расширении корпуса анализа за счет других жанров и периодов, а также в сопоставительном анализе с кинотекстами других лингвокультур для разграничения универсальных и национально-специфических средств репрезентации гендера.

Материалы исследования | Research materials

1. «Барби» (“Barbie”, реж. Г. Гервиг, 2023, США).
2. «Бойцовский клуб» (“Fight Club”, реж. Д. Финчер, 1999, США).

3. «Драйв» (“Drive”, реж. Н. В. Рефн, 2011, США).
4. Словарь гендерных терминов. <http://www.owl.ru/gender/alphabet.htm#g>
5. Merriam-Webster. <https://www.merriam-webster.com/>
6. Oxford Learners Dictionaries. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>

Источники | References

1. Божанова Н. Г. Гендерные исследования в лингвистике: история, современность, перспективы // Вестник Тамбовского университета. 2012. № 5.
2. Кирилина А. В. Гендер и гендерная лингвистика на рубеже третьего тысячелетия // Вопросы психолингвистики. 2021. № 3 (49). <https://doi.org/10.30982/2077-5911-2021-49-3-109-147>
3. Кирилина А. В. Гендерные аспекты массовой коммуникации // Гендер как интрига познания: сборник статей. М., 2000.
4. Кирилина А. В. Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации. М.: Российская политическая энциклопедия, 2004.
5. Кирилина А. В. Гендерные репрезентации в России начала третьего тысячелетия // Когнитивные исследования языка. 2015. № 21.
6. Кирилина А. В. Обозначения гендерно значимой лексики в свете противопоставления глобального и отечественного (по материалам национального корпуса русского языка) // Вопросы психолингвистики. 2019. № 2 (40). <https://doi.org/10.30982/2077-5911-2019-40-2-12-29>
7. Кирилина А. В., Гаранович М. В. Гендер и гендерная лингвистика на рубеже третьего тысячелетия // Гендерные аспекты языка, сознания и коммуникации. М.: Издательский Дом ЯСК, 2022.
8. Латипова А. Л. Лингвистическая специфика интернет-дискурса в разносистемных языках: на материале английского, русского и турецкого языков: дисс. ... к. филол. н. Нальчик, 2020.
9. Мейе А. Общеславянский язык / пер. со 2-го фр. изд., просмотр. и доп. в сотрудничестве с А. Вайаном; пер. и примеч. проф. П. С. Кузнецова; под ред. проф. С. Б. Бернштейна; предисл. проф. Р. И. Аванесова и проф. П. С. Кузнецова. М.: Изд-во иностранной литературы, 1951.
10. Сепир Э. Мужской и женский варианты речи в языке яна // Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М., 1993.
11. Синельникова Л. И., Богданович Г. Ю. Введение в лингвистическую гендерологию: материалы к спецкурсу. Луганск – Симферополь, 2001.
12. Bréal M. Semantics: studies in the science of meaning / transl. by H. Cust; with a new introd. by J. Whatmough. N. Y.: Dover publications, 1964.
13. Grice H. P. Logic and Conversation. N. Y.: Academic Press, 1975.
14. Jespersen O. Language, its Nature, Development and Origin. L., 1922.
15. Lakoff R. Language and Woman’s Place // Language in Society. 1973. Vol. 2. № 1.

Информация об авторах | Author information

RU

Бижева Зара Хаджимуратовна¹, д. филол. н.
Латипова Азиза Лачиновна², к. филол. н.

^{1,2} Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова, г. Нальчик

EN

Zara Khadzhimuratovna Bizheva¹, Dr
Aziza Lachinovna Latipova², PhD

^{1,2} Kabardino-Balkarian State University, Nalchik

¹ aziza_25l@mail.ru, ² aziza_25l@mail.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 30.12.2025; опубликовано online (published online): 05.03.2026.

Ключевые слова (keywords): конструирование гендера в кинотексте; импликатура; трансформация маскулинности и феминности; постфеминистская репрезентация в кино; американский кинотекст; gender construction in the film text; implicature; transformation of masculinity and femininity; post-feminist representation in film; American film text.