

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

*На правах рукописи*

**Бирюкова Полина Сергеевна**

**ГЕНДЕРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НЕОЛОГИЗМОВ АНГЛОЯЗЫЧНОГО  
КИНОДИСКУРСА: СЕМАНТИКО-АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ  
ИССЛЕДОВАНИЯ**

5.9.8 Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная лингвистика

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Научный руководитель:  
доктор филологических наук, профессор  
**Катермина Вероника Викторовна**

Краснодар – 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ДИСКУРС И КИНОДИСКУРС КАК ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ.....	13
1.1. Понятия «дискурс» и «кинодискурс». Разграничение понятий «кинотекст», «киносценарий», «кинодиалог» и «кинодискурс».....	13
1.2. Характеристики и типы дискурса и кинодискурса.....	19
1.3. Аксиологический компонент в кинодискурсе.....	26
Выводы к главе 1.....	30
ГЛАВА 2. НЕОЛОГИЗАЦИЯ ПОНЯТИЙ КИНОДИСКУРСА.....	33
2.1. Современное состояние неологии, определение понятия «неологизм».....	33
2.2. Новая лексика кинодискурса английского языка: проблемы классификации и интерпретации.....	48
2.3. Гендерный компонент в неологическом кинодискурсе.....	53
Выводы к главе 2.....	65
ГЛАВА 3. ГЕНДЕРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НЕОЛОГИЗМОВ АНГЛОЯЗЫЧНОГО КИНОДИСКУРСА В СЕМАНТИКО- АКСИОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	69
3.1. Неологизмы, именующие участников кинодискурса.....	70
3.2. Неологизмы, называющие киножанры.....	104
3.3. Неологизмы, характеризующие процесс создания кино и его восприятия, приемы и побочные продукты киноиндустрии.....	118
Выводы к главе 3.....	133
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	138
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	142

## ВВЕДЕНИЕ

Роль кинематографа в современном мире нельзя преувеличить. Начиная с 1895 г., когда братья Люмьер представили «синематограф», и по настоящее время кино претерпевало различные изменения, совершенствовалось и приобретало все большую массовость. Как один из видов изобразительного искусства кинематограф позволяет создателям его продуктов запечатлеть осмысленную ими действительность, предоставив зрителю возможность собственной интерпретации увиденного. Жанровое разнообразие кино, его доступность способствовали привлечению огромной зрительской аудитории, подтверждающей востребованность данного вида искусства.

Кинематограф представляет интерес и с научной точки зрения. В частности, нередко ученые-лингвисты в своих исследованиях обращаются к языковой составляющей кинокартины. Хорошо изучены на данный момент вопросы определения и анализа кинотекста, киноповествования, кинодиалога и кинодискурса, которые в основном касаются «текстовой ткани» кинокартины. Все же кинодискурс среди них занимает особое место, так как он выходит за рамки одного кинофильма, затрагивая, помимо сценария, метакиноязык. Под кинодискурсом мы понимаем совокупность вербальных, невербальных составляющих кинофильма, его интертекст с другими видами искусства, отзывы зрителей. В силу широты данного понятия считаем нужным отметить, что в данной работе мы обращались не к сценариям кинофильмов, а к метакиноязыку, используемому для описания феноменов, связанных с киноиндустрией.

В рамках англоязычного кинодискурса немалый интерес представляют неологизмы, под которыми мы, вслед за Д.Н. Ушаковым, понимаем новообразованное слово или уже существовавшую ранее лексему, приобретающую новое значение [Ушаков 1938]. Словарь кинолексики постоянно пополняется новыми словами, что связано с непрекращающимся развитием киноиндустрии, появлением новых приемов монтажа, съемки, новых типов героев, жанров. Нередки случаи, когда устоявшиеся единицы кинолексики приобретают

совершенно новое значение или иной оттенок в значении. Неология кинодискурса – плодотворная почва для научных исследований, так как неологизмы являются отражением динамических процессов, происходящих в киноязыке. Систематизация, анализ, ввод в научный оборот неологизмов кинодискурса – задача ученых-лингвистов.

Данная работа представляет собой лингвистическое исследование, состоящее в семантико-аксиологическом анализе неологизмов англоязычного кинодискурса в аспекте существования в них гендерного потенциала, который мы, вслед за Н.А. Грошовкиной, понимаем как еще нереализованную возможность представителей обоих полов внести изменения в устоявшиеся о них представления, так и совокупность существующих взглядов на гендерные внешнеповеденческие нормы [Грошовкина 2013, с. 228]. Нашей задачей является анализ дефиниций и контекстного поля новых слов и новых значений единиц англоязычного кинодискурса. Предмет анализа – выявление в рассматриваемых единицах гендерно окрашенных сем (имеющих указание на фемининную, маскулинную или гендерно-нейтральную характеристику).

**Степень изученности проблемы.** Научно-лингвистические изыскания в рамках кинодискурса, исследование различных аспектов неологизмов – не редкость. Так, А.В. Федоров (2000) и Ю.Н. Усов (1980) дали определение понятию «кинотекст». Указанные дефиниции имеют существенные различия. Если А.В. Федоров понимает кинотекст прежде всего как некое сообщение, то Ю.Н. Усов подчеркивает, что кинотекст – это «система звукозрительных образов» [Усов 1980, с. 8]. Ю.Н. Усовым, таким образом, отмечаются вербальная и невербальная составляющие кинотекста, которые несут определенное сообщение, выражают мысль художника.

Ю.М. Лотман (1973) и Л.Н. Березовчук (2010) дали определение киноповествованию, под которым они понимали чередование аудиовизуальных образов (кадров), формирующих киноисторию, сообщение автора кинокартины.

Свои дефиниции термина «кинодискурс» предлагают А.Н. Зарецкая (2012), С.С. Назмутдинова (2008), М.А. Самкова (2011). М.А. Самкова и

А.Н. Зарецкая в понятие «кинодискурс» включают интерпретаторский и интертекстуальный экстралингвистические компоненты. С.С. Назмутдинова упоминает семиотическую составляющую в кинодискурсе, к которой также апеллировали такие известные ученые-исследователи, как Ю.М. Лотман (1973), У. Эко (2004), Кр. Метц (1993). Юрий Михайлович Лотман рассматривал кинотекст как дискретный, составленный из знаков, текст и как недискретный, в котором значение приписывается самому тексту.

Неологии англоязычного дискурса посвящены работы В.В. Катерминой, С.Х. Липириди (2022), рассматривающих редупликацию и конверсию как способы образования неологизмов в англоязычном дискурсе; В.В. Катерминой, М.И. Ефремовой (2022), анализирующих группы английских неологизмов из сферы современной моды; Л.А. Исаевой, Д.В. Махмудовой (2021), изучающих современные лингвистические подходы к определению терминов «неологизм» и «окказионализм».

Л.Ф. Соловьева (2014) исследовала аксиологический компонент английских неологизмов прошлого века. Автор рассматривала новые существительные, глаголы и прилагательные на предмет выявления частных и общих оценочных суждений и пришла к выводу о том, что среди анализируемых единиц наибольшую часть составляют лексемы с отрицательной оценкой. Разные аспекты оценочности и аксиологии в различных типах дискурса освещены в работах Г.Ф. Гибатовой (2011), В.В. Катерминой, С.Х. Липириди (2021), В.В. Квашиной (2013), Л.В. Коцюбинской, О.А. Кузиной (2015), Л.П. Селиверстовой (2007), К.Я. Сигал (2019), Н.Е. Тогошиевой (2011) и др.

Соглашаясь в целом с выводами данных исследований, считаем тем не менее степень изученности различных аспектов неологизмов в англоязычном кинодискурсе недостаточной. Исследование семантико-аксиологической составляющей неологизмов англоязычного кинодискурса, а также гендерного компонента в кинолексике представляется весьма актуальным и перспективным.

**Актуальность** темы обуславливается огромным интересом к пространству кинематографа и, в частности, к его отдельным лингвистическим

аспекта, таким, как кинотекст и кинодискурс. Ряд новаций в кинодискурсе (перманентное пополнение лексики кинодискурса в силу расширения возможностей самовыражения рядовых зрителей в интернет-пространстве, ввиду непрерывного развития цифровой лексикографии) объясняют внимание ученых-лингвистов к особенностям новой лексики англоязычного кинодискурса.

**Объектом** исследования является неологический пласт англоязычного кинодискурса. **Предметом** – гендерный потенциал в семантике и аксиологии неологизмов англоязычного кинодискурса.

**Источниками** исследования стали статьи онлайн-словарей (Urban Dictionary, Word Spy, Macmillan Dictionary, Film Terms Glossary и др.), веб-сайты, специализирующиеся на киновселенной и массовой культуре в целом (TV Tropes, Variety и др.). Нами было рассмотрено более 1 000 фрагментов статей сетевых словарей и веб-сайтов, содержащих новую англоязычную кинолексику. Из них 40% составляют неологизмы с гендерным потенциалом – данный корпус лексикографических единиц составил **материал** исследования. По стилистической окрашенности словари и веб-сайты включают новую кинолексику, используемую как в профессиональных кругах, так и среди любителей.

**Гипотеза** исследования: неологизмы англоязычного кинодискурса обладают гендерным потенциалом, отражают доминирующие в обществе представления о поведении и внешнем облике представителей обоих полов, тенденцию к трансляции как устоявшихся гендерных стереотипов, так и альтернативных.

**Цель** данной работы – выявление гендерного потенциала неологизмов англоязычного кинодискурса путем разностороннего (концептуального, семантического, аксиологического, контекстуального) анализа новых слов и новых значений слов в рамках выявленных тематических групп кинолексики.

Данная цель определила **задачи** исследования:

– классифицировать новую метакинолексику по тематическому и гендерному основанию;

– выявить особенности фемининного, маскулинного и гендерно-нейтрального внешне-поведенческого дисплея, выраженного в составе рассматриваемых неологизмов англоязычного кинодискурса;

– проанализировать выявленные маскулинные, фемининные и гендерно-нейтральные характеристики на предмет их соответствия общепринятым гендерным стереотипам;

– определить отраженные в составе рассматриваемых неологизмов ценностные ориентиры и оценочные суждения представителей обоих полов, прокомментировать существующие в киносреде тенденции, нарушающие существовавшие ранее гендерные табу.

**Новизна** работы определена спецификой ракурса настоящего исследования:

1) проведена тематическая и гендерная классификация новой кинолексики;

2) неологизмы англоязычного кинодискурса рассмотрены в рамках семантико-аксиологического подхода для выявления гендерного потенциала;

3) выявлены представления о гендерных особенностях, закреплённых в неологизмах англоязычного кинодискурса;

4) некоторые изучаемые неологизмы англоязычного кинодискурса демонстрируют тенденцию к стиранию гендерных различий, нарушению гендерных табу, сосуществующую с традиционным позиционированием представителей обоих полов.

Комплексный подход к изучению неологизмов англоязычного кинодискурса определил совокупность основных **методов** исследования: концептуальный (направленный на описание концептуального содержания, лежащего в основе значения языковых единиц), аксиологический (заключается в выявлении выражаемых языком и текстами ценностей), семантический анализ. Контекстуальный анализ, использовавшийся в работе в качестве дополнительного метода, позволил рассмотреть изучаемый материал в комплексе взаимосвязей его частных компонентов.

**Теоретическая значимость** заключается в подробном анализе лингвистической проблемы – семантико-аксиологического компонента неологизмов англоязычного кинодискурса, что может послужить отправной точкой для дальнейших исследований данной темы. В работе проведена тематическая классификация неологизмов англоязычного кинодискурса, выявлены семантико-аксиологический аспект и гендерный потенциал новой кинолексики и кинолексики с новыми оттенками значения. Кроме того, обращение к материалу кинопространства позволяет выявить гендерные стереотипы, транслируемые неологизмами англоязычного кинодискурса.

**Практическая ценность** работы заключается в том, что она может быть полезна преподавателям, аспирантам, студентам филологических факультетов. Результаты работы могут использоваться в качестве учебного материала для спецкурсов по неологии английского языка, а также при написании курсовых, выпускных квалификационных работ, диссертаций. Составленный в ходе работы словарь неологизмов англоязычного кинодискурса, насчитывающий 400 статей, может использоваться не только лингвистами, но и переводчиками, зрителями. Представленная в работе интеллект-карта рассматриваемых групп неологизмов кинодискурса может быть взята за основу при дальнейшей группировке новой кинолексики.

**Теоретической и методологической базой** исследования стали труды российских и зарубежных ученых по направлениям:

– кинодискурс и кинотекст: Т.В. Духовная (2015), М.А. Ефремова (2004), А.Н. Зарецкая (2012), В.В. Катермина, А.А. Линник (2018), И.Н. Лавриненко (2012), С.С. Назмутдинова (2008), Ю.А. Нелюбина (2013), М.А. Самкова (2011), Г.Г. Слышкин, Л.В. Цибина (2006), J. Androutsopoulos (2012), M. Bednarek, R. Piazza, A.H. Jhala (2009), F. Rossi (2011);

– гендерные неологизмы: Э.К. Арутюнов (2013), В.В. Катермина, В.О. Лисицына, Т.С. Мозоль (2020), Х.Д. Лайло (2021), А.М. Прима (2017), Э.А. Тугуз (2013), А.О. Тойтукова (2009);



- гендер в кинематографе: З.Р. Дохова, Т.А. Чепракова (2013), О.Е. Павловская, Н.С. Шушанян (2013), А.М. Прима (2013), Е.А. Потехина (2017), Н.П. Просунцова (2010), L. Busso, G. Vignozzi (2017);

- аксиология неологизмов: В.В. Катермина, Н.С. Соловьева (2019), С.Х. Липириди (2020), Л.Ф. Соловьева (2014), Т.А. Юрова (2021).

### **Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Исследование кинодискурса, являющегося многополярным явлением, объединяющим аудиовизуальные составляющие фильма, его интертекст с другими видами искусства, интерпретацию кинозрителем, позволяет выйти за рамки кинофильма, изучив метакиноязык. Такой язык характеризуется набором лексем и смысловых компонентов, присущих исключительно данному типу дискурса. Новая лексика, непрерывно пополняющая кинодискурс, является индикатором процессов и феноменов, происходящих не только в киносреде, но и в социуме в целом.

2. Рассматриваемые неологизмы англоязычного кинодискурса (новообразованные слова или лексемы в рамках киносреды, получившие новые значения) представляют собой комплекс языковых единиц, классифицируемый по тематическому основанию. С точки зрения тематики неологизмы англоязычного кинодискурса разделены на номинации участников кинодискурса (46% всей рассматриваемой новой кинолексики); номинации киножанров (23,5% анализируемых неологизмов); неологизмы, характеризующие процесс создания кино и его восприятия, приемы и побочные продукты киноиндустрии (30,5% исследуемых единиц кинодискурса). В составе дефиниций и контекстного поля неологизмов рассматриваемых тематических групп также были выделены основные смысловые компоненты.

3. Фемининный внешне-поведенческий дисплей (особенности поведения и облика, характерные для представителей женского пола), выраженный посредством лексических единиц в составе дефиниций и / или контекстного поля рассматриваемых неологизмов англоязычного кинодискурса, характеризуется такими вербализованными семантическими блоками, как

эмоциональность, привлекательность, скромность, уязвимость, наивность, сентиментальность, что отвечает традиционным представлениям о поведении и внешнем виде женщин. Помимо этого, в составе некоторых неологизмов присутствует указание на такие вербализованные семантические блоки, расходящиеся с устоявшимися представлениями о фемининности, как безэмоциональность, умение постоять за себя, сочетание слабости и силы, нескромная откровенность нарядов. Среди ценностных ориентиров, прослеживаемых в составе неологизмов с фемининным компонентом, можно назвать стремление к равноправию с мужчинами, защиту прав женщин, избегания статуса домохозяйки, что говорит о неутраченном интересе представительниц прекрасного пола к феминистической концепции общественных отношений.

4. Маскулинный внешне-поведенческий дисплей (особенности поведения и облика, характерные для представителей мужского пола), выраженный посредством лексических единиц в составе дефиниций и / или контекстного поля рассматриваемых неологизмов англоязычного кинодискурса, характеризуется такими вербализованными гендерными семантическими блоками, как ярко выраженный интерес к женскому полу, физическая сила, мускулистое тело, прагматичность, грубость и агрессивность, что соответствует общепринятым представлениям о поведении и облике мужчин. Прослеживаются также следующие характеристики, идущие вразрез с гендерными стереотипами: отсутствие интереса к женскому полу (в случае сознательного избегания романтики, недостатка «зрелости» или асексуальности), физическая слабость / уязвимость, красота, нереалистично чрезмерная привязанность к партнеру, нерациональность, сентиментальность (концепция «мужчины не плачут» радикально пересматривается. Мужские слезы воспринимаются как проявление «реальной мужественности»). Устранение четкого разграничения внешне-поведенческих черт мужчин и женщин носит оправдательный характер: проявление слабости мужчинами представляется достойным уважения и сопереживания, что может свидетельствовать об «усталости» мужчин от

ответственной роли представителей сильной половины человечества. Содержащиеся в составе рассматриваемых неологизмов как справедливые, так и искаженные гендерные стереотипы свидетельствуют о наличии и некоторой популярности альтернативной трактовки правил поведения и канонов внешнего вида представителей мужского пола.

5. К неологизмам англоязычного кинодискурса с гендерно-нейтральным компонентом относятся те, в дефинициях и / или контекстном поле которых содержатся общие для обоих гендеров характеристики без уточнения половой принадлежности. К компонентам значения, выражающим гендерно-нейтральный внешне-поведенческий дисплей (особенности поведения и облика, характерные для представителей обоих полов), причисляются такие вербализованные семантические блоки, как негативная или позитивная оценка аудитории, противоречивость темперамента, глупость, осведомленность, странность, злоба, отождествляемость с аудиторией или автором, принадлежность к этносу, возрастной категории, привязка к сюжету. Выделяются неологизмы с определенным ярко выраженным гендерным компонентом, употребляемые, однако, по отношению к обоим полам. Такая взаимозаменяемость новых лексем с гендерным компонентом может обуславливаться «стиранием» границ между гендерами.

**Апробация** результатов исследования проводилась на международных, всероссийских и межвузовских научных и научно- практических конференциях: «Филологические науки в XXI веке: актуальность, многополярность, перспективы развития», 2021 г., КубГУ, г. Краснодар; «Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований», 2021 г., КубГУ, г. Краснодар; “Studia Germanica, Romanica et Comparatistica”, 2021 г., Донецкий национальный университет, г. Донецк; «Филологические науки в XXI веке: актуальность, многополярность, перспективы развития», 2020 г., КубГУ, г. Краснодар; «Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований», 2020 г., КубГУ, г. Краснодар; “Dialogue of Cultures – Culture of Dialogue: from Conflicting to Understanding”, 23–25 апреля 2020 г., МГУ, г. Москва; «Филологические науки

в XXI веке: актуальность, многополярность, перспективы развития», 2019 г., КубГУ, г. Краснодар; «Школа молодых учёных по проблемам гуманитарных наук», 15–16 ноября 2018 г., Елецкий государственный университет, г. Елец; «Филологические науки в XXI веке: актуальность, многополярность, перспективы развития», 2018 г., КубГУ, г. Краснодар.

Основные положения исследования отражены в 11 научных публикациях, три из которых представлены в журналах, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, одна является главой в коллективной монографии. Общий объем опубликованных работ составляет 6,7 п.л.

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка. Общий объем диссертации составляет 161 страница.

## ГЛАВА 1. ДИСКУРС И КИНОДИСКУРС КАК ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ

1.1 Понятия «дискурс» и «кинодискурс». Разграничение понятий «кинотекст», «киносценарий», «киноповествование», «кинодиалог» и «кинодискурс»

В 1952 г. американский исследователь З. Харрис впервые употребил лексему «дискурс», под которой он понимал сложное, состоящее из нескольких фраз высказывание.

Изучением дискурса как лингвистического явления занимались также П. Серио [Серио 1993], Ю.С. Степанов [Степанов 1998], В.И. Тюпа [Тюпа 2011], Т. Ван Дейк [Van Dijk 1998, p. 365], Ю. Хабермас [Хабермас 2000], М.Л. Макаров [Макаров 2003], В.И. Карасик [Карасик 1998, 2002] и многие другие.

Франко-швейцарский лингвист П. Серио, изучая воздействие советского строя на русский язык, говорил о сформировавшемся особом дискурсе советского населения, ограниченного социально и идеологически [Серио 1993]. Основными отличительными чертами советского дискурса были универсальность и простота. Язык принадлежал народу, появилось множество сокращений.

Известно о трех основных пониманиях лексемы «дискурс». Так, лингвисты пользуются данным понятием для уточнения и совершенствования понятий «речь», «диалог», «текст». Вслед за М. Фуко публицисты определяют «дискурс» как понятие, близкое понятию «стиль», отражающее способ создания текста и определяющее *какой* или *чей* дискурс. Последователи Ю. Хабермаса соглашались с ним в том, что дискурс идеальный, отстраненный от социальной реальности способ обмена информацией, используемый для высказывания критических суждений о поведении коммуникантов [Хабермас 2000].

Таким образом, мы видим, что выделение понятия, которое бы объединяло в себе не только речевую, текстовую, но и коммуникативную сторону языка, необходимо. Таким понятием стал дискурс.

Одно из самых известных определений дискурса принадлежит Н.Д. Арутюновой, считавшей, что «дискурс – это речь, погруженная в жизнь» [Арутюнова 1990, с. 137]. Дискурс в понимании ученой неразрывно связан с экстралингвистическими факторами (психологическими, этнографическими, социокультурными), которые обуславливают его особенности [Арутюнова 1990].

Рассматривая дискурс, Н.Д. Арутюнова подчеркивает его актуальность и применимость для исследуемого периода времени, а также его зависимость от различных факторов, событий, процессов.

Еще одно точное, на наш взгляд, определение данного понятия дал нидерландский ученый-лингвист Т.А. Ван Дейк. Он понимает под дискурсом некое коммуникативное событие (устное или письменное, вербальное или невербальное), ограниченное хронотопом и определенным контекстом [Van Dijk 1998, p. 365].

Заметно существенное различие в понимании дискурса Ван Дейком и Н.Д. Арутюновой. Если Н.Д. Арутюнова говорит преимущественно о письменной его стороне, понимая дискурс как связный текст, то Т.А. Ван Дейк уделяет равное количество внимания письменной и устной сторонам дискурса.

В.З. Демьянков особую роль в рамках понимания дискурса отводит интерпретатору. На основании наличествующей информации и фоновых знаний интерпретатор анализирует текст на предмет выявления его коммуникативной цели, референтной неоднозначности и общей драматургии [Демьянков 2003].

Ученым здесь подчеркивается ведущая роль интерпретатора, который, опираясь на свои навыки, извлекает достоверную и адекватную информацию из речи, тем самым обеспечивая ее правильное понимание и восприятие.

Краткое и емкое определение дискурса предлагается в «Толковом переводоведческом словаре» под редакцией Л.Л. Нелюбина. Под дискурсом

ученый понимает речь, находящуюся в постоянном изменении, отражающую историческое развитие, персональные особенности говорящего и контекст коммуникативного события [Нелюбин 2003, с. 320].

Л. Л. Нелюбин, в отличие от Н. Д. Арутюновой, подчеркивает *речевой* характер дискурса, его изменчивость, эволюционирование с течением времени.

Кинодискурс, являющийся объектом данного исследования, соотносится с дискурсом как часть с целым.

К исследованию кинодискурса обращались такие ученые, как Ю.М. Лотман [Лотман 1973], Ю.Г. Цивьян [Цивьян 1984], А.Н. Зарецкая [Зарецкая 2008], Г.Г. Слышкин и М.А. Ефремова [Слышкин, Ефремова 2004], А.В. Федоров [Федоров 2000], М.А. Самкова [Самкова 2011], Т.В. Духовная [Духовная 2015], Е.А. Колодина [Колодина 2013].

В научной литературе используются соотносимые понятия «кинодискурс», «кинотекст», «киноповествование», «кинодиалог».

Отечественный исследователь А.В. Федоров понимает под кинотекстом представленное в кинокартине вне зависимости от ее жанра информационное сообщение [Федоров 2000].

Основоположник отечественной медиапедагогики Ю.Н. Усов определяет кинотекст как «динамическую систему пластических форм, которая существует в экранных условиях пространственно-временных измерений и аудиовизуальными средствами передает последовательность развития мысли художника о мире и о себе» [Усов 1980, с. 17].

Данные определения имеют существенные различия. Если А.В. Федоров определяет кинотекст прежде всего как некое сообщение, то Ю.Н. Усов подчеркивает, что кинотекст – это «система звукозрительных образов» [Усов 1980, с. 8]. Ю.Н. Усовым, таким образом, отмечаются вербальная и невербальная составляющие кинотекста, которые несут определенное сообщение, мысль художника, что, на наш взгляд, наиболее точно отражает сущность кинотекста.

Обратимся к определению киноповествования. Согласно Ю.М. Лотману, киноповествование – рассказ, состоящий из последовательно выстроенных и

закрывающих в себе смысл кинокадров [Лотман 1973]. По Ю.М. Лотману, подобно словам, кадры, выстроенные в определенном порядке, обретают смысл в своей совокупности. Если слова складываются в предложения, а за ними – в текст, то последовательность кадров представляет собой эпизод / сцену кинофильма, а набор таких сцен составляет полную кинокартину.

Л.Н. Березовчук в своем определении киноповествования обращает внимание на достоверную имитацию жизни, которую представляет кино посредством чередования аудиовизуальных образов [Березовчук 2010, с. 269]. Разумеется, кино (если это не документальный жанр) не абсолютно точно передает жизнь. Так, в кино опускаются многие бытовые, «скучные» моменты. Кино также следует определенному сценарию, по которому отсутствие конфликта невозможно. Тем не менее существуют примеры фильмов жанров “slice of life” или “kitchen sink realism”, предполагающих демонстрацию обычной жизни без прикрас.

Основываясь на представленных определениях «киноповествования», можно заключить, что «киноповествование» есть чередование аудиовизуальных образов (кадров), формирующих киноисторию, сообщение автора кинокартины. Отсюда можно заключить, что понятия «кинотекст» и «киноповествование» очень схожи.

Говоря о кинодиалоге, стоит упомянуть определение В.Е. Горшковой, которая, делая акцент на его [кинодиалога] вербальной составляющей, отмечает, что сполна постичь смысл кинодиалога можно лишь рассматривая визуальный, контекстный и вербальный компоненты кинокартины в совокупности [Горшкова 2006].

Итак, под кинодиалогом понимается вербальная составляющая киноленты, включающая коммуникацию персонажей, их монологические высказывания, а также закадровое повествование, словом, исключительно текст кинокартины. Специфической чертой, отличающей кинодиалог от простого диалога или текста, является его неотъемлемость от киноповествования, в пределах которого кинодиалог обретает свой полный смысл.



Обратимся к определению понятия «кинодискурс» как к наиболее емкому, вмещающему в себя все ранее перечисленные.

Так, А.Н. Зарецкая полагает, что «кинодискурс – это связный текст, являющийся вербальным компонентом фильма, в совокупности с невербальными компонентами – аудиовизуальным рядом этого фильма и другими значимыми для смысловой завершенности фильма экстралингвистическими факторами, такими как креолизованное образование, обладающее свойствами целостности, связности, информативности, коммуникативно-прагматической направленности, медийности и созданное коллективно дифференцированным автором для просмотра реципиентом сообщения (кинозрителем)» [Зарецкая 2012, с. 8].

В данном определении А.Н. Зарецкая помимо аудиовизуальной составляющей кинодискурса упоминает экстралингвистические факторы, что позволяет предполагать возможность выхода кинодискурса определенной кинокартины за пределы самого кинофильма.

Свое определение кинодискурсу дает С.С. Назмутдинова: «кинодискурс – это семиотически осложненный, динамичный процесс взаимодействия автора и кинореципиента, протекающий в межязыковом и межкультурном пространстве с помощью средств киноязыка, обладающего свойствами синтаксичности, вербально-визуальной сцепленности элементов, интертекстуальности, множественности адресанта, контекстуальности значения, иконической точности, синтетичности» [Назмутдинова 2008, с. 11].

Стоит отметить, что семиотическую составляющую в кинотексте упоминали также такие известные ученые-исследователи, как Ю.М. Лотман [Лотман 1973], У. Эко [Эко 1984], Кр. Метц [Метц 2013], П.П. Пазолини [Пазолини 1984]. Юрий Михайлович Лотман полагает, что кинотекст представляет собой совокупность смысловых знаков и смылосодержащего текста.

В данной работе мы склонны взять за основу определение М.А. Самковой, полагающей, что кинодискурс, соотносящийся с кинотекстом как целое с

частью, инкорпорирует не только аудиовизуальную составляющую кинокартины, но и ее интерпретацию кинозрителями (в том числе кинокритиками), вложенный в нее авторами посыл, а также интертекст (отсылки, аллюзии, пересечения) [Самкова 2011].

М.А. Самкова, как и А.Н. Зарецкая, в понятие «кинодискурс» включает интерпретаторский и интертекстуальный экстралингвистические компоненты.

Рассмотрим несколько дефиниций кинодискурса, представленных в зарубежной научной среде. Яннису Андроутсопулосу кинодискурс представляется совокупностью текстовой составляющей фильма как места социолингвистической репрезентации и процессов его производства и потребления [Androutsopoulos 2012]. Как видим, зарубежный лингвист помимо текстовой «ткани» кинофильма также включает в понятие кинодискурса аспекты производства и потребления картины. Фильм для Я. Андроутсопулоса является местом репрезентации «социолингвистического знания», т.е. информации об определенном социуме, отраженной в киноязыке и других элементах кинокартины.

Роберта Пьяцца и ее соавторы определяют кинодискурс как «язык кино, который объединяет все мультимодальные особенности художественного повествования: вербальные, невербальные, аудио и визуальные» [Piazza et al. 2011].

Арнав Хариш Джала, подобно Ю.М. Лотману, подчеркивает схожесть последовательности языковых предложений и последовательности кадров в кино. По его мнению, фильм представляет собой набор сцен, состоящих из кадров. Данные кадры, взятые как по отдельности, так и в целом, заключают в себе общую тему отдельно взятой сцены и всей кинокартины. Контекст сцены чаще всего может быть передан с помощью не одного, а нескольких кадров, позволяющих зрителю составить целостное представление об изображаемом на экране [Jhala 2009].

Таким образом, под понятием «кинодискурс» мы далее будем подразумевать совокупность вербальных и невербальных компонентов

кинофильма, включающую в себя текстовый киносценарий, саундтрек, видеоряд, смысл, который вкладывает автор кинофильма, и интерпретацию зрителя. Кинодискурс, на наш взгляд, является наиболее емким понятием, включающим в себя кинотекст, кинодиалог и киноповествование.

## 1.2 Характеристики и типы дискурса, кинодискурса. Структура кинодискурса

В данном параграфе мы будем опираться на работы таких известных ученых-языковедов, как В.И. Карасик [Карасик 2002], Ю.М. Лотман [Лотман 1973], М. Стаббс [Stubbs 1983], Г.Г. Слышкин, М.А. Ефремова [Слышкин, Ефремова 2004], У. Эко [Эко 1984], С.М. Эйзенштейн [Эйзенштейн 1964], К. Метц [Метц 2013], Т.В. Духовная [2015], С. Уорт [Уорт 1984].

Для того чтобы охарактеризовать кинодискурс и выделить его основные типы, обратимся к характеристикам и типам дискурса.

В понимании М. Стаббса существует три основные характеристики дискурса: как единица языка он должен превосходить по объему предложение, обязательно использоваться в социальном контексте и, наконец, быть диалогичным, т. е. предполагается коммуникативное событие. Касательно диалогичности, по мнению М. Стаббса, анализ дискурса связан с использованием языка в социальных контекстах и, в частности, с взаимодействием или диалогом между говорящими [Stubbs 1983].

Обращаясь к кинодискурсу и беря во внимание перечисленные характеристики дискурса, можно утверждать, что кинодискурс, как часть дискурса, обладает этими тремя качествами (Табл. 1).

<i>Дискурс</i>	<i>Кинодискурс</i>
Как единица языка превосходит по объему предложение	В предыдущем параграфе мы резюмировали широту пространства кинодискурса одной киноленты, опираясь на дефиниции данного понятия, представленные в отечественной и зарубежной науке: он инкорпорирует не только аудиовизуальные компоненты конкретного кинофильма (саундтрек, сценарий), но и авторский замысел, зрительскую интерпретацию, интертекстуальные связи и т.д.
Обязательно использование в социальном контексте	Использование языка в социальном контексте – неременный элемент кинодискурса, кинотекст которого, по утверждению Ю.Н. Усова, отражает представление автора кинофильма о себе и об окружающей действительности [Усов 1980], пользуясь средствами социального языка и контекста
Диалогичен, т. е. предполагается коммуникативное событие	Кинодиалог – одна из основных составляющих кинодискурса; кроме диалога персонажей киноленты в коммуникацию, согласно определению кинодискурса, вступают также автор картины с кинореципиентом, кинореципиент с кинофильмом как продуктом режиссерского замысла, кинореципиент с кинореципиентом в их обсуждении впечатлений о киноленте и ее смыслах, кинокритик с кинореципиентом

Таблица 1 – Соотношение неотъемлемых критериев, присущих дискурсу и кинодискурсу

В.И. Карасик говорит о тонкостях тонального различия дискурсов. Так, дискурсы отличаются в зависимости от интенции говорящих, могущей состоять в взаимном обогащении информацией или простом установлении / поддержании контакта, развязывании конфликта или его нивелировании, выражении своих

позиций в открытой или скрытой форме, принятии делового или дружеского, официального или бытового тона [Карасик 2002].

Мы видим, что В. И. Карасик акцентирует внимание уже на отношении к предмету разговора коммуниканта, которое выражается в его речи, также по определенным признакам угадываются мотивы и цели говорящего.

Тонально-жанровые характеристики, предложенные Владимиром Ильичом Карасиком, находят воплощение и в кинодискурсе. Например, говоря о такой тонально-жанровой характеристике, как выражение позиции в открытой или скрытой форме, можно упомянуть желание автора кинематографической ленты передать кинореципиенту сообщение в виде прямого, прозрачного посыла (вкладываемого, предположим, в уста протагониста или закадрового повествователя кинофильма), либо в виде послания завуалированного, требующего интеллектуальных усилий от кинозрителя.

Говоря о типах дискурса, мы снова обратимся к исследованиям В.И. Карасика. Ученый делит дискурс на институциональный и личностный, полагая, что институциональный (статусно-ориентированный) дискурс представляет собой формальное общение представителей различных институтов, иерархических структур, социальных объединений, где коммуниканты реализуют свои статусные полномочия, тогда как личностный (бытовой или бытийный) дискурс – это коммуникация между людьми, связанными дружескими отношениями, а не иерархическими, когда говорящие раскрывают свое мировоззрение, отношение к тому или иному феномену. Разделение личностного дискурса на бытовой и бытийный В.И. Карасик проводит на том основании, что в бытовом дискурсе происходит сжатие информации, сведение ее к эмоциональной оценке ситуации, не требующей подробного разъяснения, в то время как бытийный дискурс являет собой пролонгированную коммуникацию на философскую или околофилософскую тематику, обсуждение художественных образов, глубинных вопросов [Карасик 1998].

Как видим, В.И. Карасик выделяет формальный (статусно-ориентированный) и неформальный (лично-ориентированный) типы дискурса, коммуникация происходит между представителями социальных институтов или между хорошо знакомыми друг с другом людьми соответственно.

Возможности кинодискурса таковы, что он может, на наш взгляд, относиться как к лично-ориентированному типу дискурса, так и к статусно-ориентированному. Так, неформальный (лично-ориентированный) тип дискурса встречается в бытовой и бытийной разновидностях в художественных фильмах, мультфильмах, сериалах, изображающих повседневность. Бытийный тип дискурса предполагает, что коммуниканты делятся своими взглядами на мир, что часто происходит в рамках пространства кинодискурса одной картины. Согласно Ю.М. Лотману, съемочная группа (включая всех лиц, задействованных в создании кинофильма) посылает зрителю определенный месседж, пытается посредством кинокартины передать некую мысль, которую аудитория будет стараться расшифровать [Лотман 1973]. Причем не только режиссер, сценарист и актеры принимают участие в закладывании смысла в картину. Огромную роль играют оператор, монтажер и композитор. Разумеется, часто они действуют согласно указаниям режиссера (например, оператор снимает сцены в соответствии с расставленными в ней режиссером акцентами; монтажер строит окончательный вариант фильма в обратной хронологии, меняя тем самым концовку и основной посыл кинокартины; композитор сочиняет саундтрек, основываясь на сценарии или предварительной версии кинофильма), однако порой привносят в фильм что-то свое. Так, оператор может не только определять демонстрацию происходящего на экране крупным, общим или дальним планом, но и использовать прием «детали», когда показывается фрагмент объекта (например, глаза героя (частый прием спагетти-вестернов) или ухо, как в фильме «Солярис» А. Тарковского).

В качестве примера вклада композитора в посыл кинофильма стоит упомянуть работу М. Таривердиева над музыкой к многосерийному фильму

«Семнадцать мгновений весны». Композитор «додумал» изначально отсутствовавшую сцену ностальгии Штирлица (Исаева) по Родине (где разведчик смотрел на журавлей в небе) и сочинил музыку, передававшую эту ностальгию. Так появилась «Песня о далекой Родине». Режиссер Т. Лиознова добавила сцену, где полковник Исаев тоскует по Родине *после* того, как М. Таривердиев сочинил указанную мелодию.

Монтажер помимо выстраивания сюжета фильма в определенной хронологической последовательности может творчески подойти к «склейке» кадров. Вспомним фильм «Матрица» (“The Matrix”, 1999), получивший Оскар за лучший монтаж. В картине смена сцен происходит таким образом, что зачастую зритель не видит «швов»-переходов между кадрами благодаря умелой работе монтажера. Зритель как бы «погружается» вглубь экранной картинке при ее многократном увеличении или, наоборот, «выныривает» оттуда ввиду кажущегося отдаления изображения. Иногда переход к следующей сцене предваряется вставкой шумов из еще неначавшейся сцены, что тоже размывает границу между кадрами и сценами. Противоположностью «невидимого» монтажа является джамп-кат (jump cut).

Актер также может внести свой вклад в месседж кинофильма. Например, Н.С. Михалков, игравший героя-любownika Паратова в «Жестоком романсе», во многом благодаря необычайной харизме сделал своего персонажа куда более привлекательным по сравнению с описанным в «Бесприданнице» А.Н. Островского. Таким образом, каждый член съемочной группы принимает участие в формировании общего посыла кинокартины.

Зритель в данном случае выступает своего рода соглядатаем, поверенным персонажа, допущенным в его личную жизнь [Лотман 1973]. Известно, что эффект реальности всего происходящего в кинофильме достигается путем «подсматривания» его автора за происходящим в кадре [Лотман 1973]. Таким образом, коммуниканты кинодискурса повествуют друг другу о глубинных, волнующих их вопросах, «доверяются» собеседнику, как доверились бы в реальной жизни хорошо знакомому человеку.

Вслед за В.И. Карасиком мы отметили, что бытийный дискурс подразумевает обсуждение глубинных мировоззренческих вопросов. И действительно, будучи искусством, кинематограф призван именно духовно и эстетически воспитывать кинореципиента, оперируя смыслами поистине значимыми и возвышенными. И даже кинотекст одной картины, повествующий о быте, самом обыкновенном и неприглядном, зачастую является примером бытийного дискурса с кинозрителем, ведь, взятый в объектив, он (быт) меняет ракурс, уже перестает быть однозначным и приземленным, отныне он – предмет интереса автора киноленты, а затем и самого зрителя.

Однако нельзя сказать, что кино лишено бытового дискурса вовсе. Бытовой тип дискурса все чаще появляется в современных кинокартинах, где режиссеры стремятся изобразить жизнь наиболее приближенной к реальности, не обходя стороной и те ее стороны, которые, не имея особой идейной ценности, являются неотъемлемой частью жизни: обсуждение обязательной гигиены с ребенком в кадре, просьба купить что-то в магазине и т.д. Бытовой тип дискурса, согласно Владимиру Ильичу Карасику, предполагает «сжатость передаваемой информации», когда для взаимопонимания не требуется слов [Карасик 1998]. Именно в таком сжатом формате и происходит общение на экране в упомянутых случаях.

Примеры формального (статусно-ориентированного) типа дискурса также можно обнаружить в рамках кинодискурса фильма или сериала (реже мультфильма). Порой главными героями киноленты являются адвокаты, полицейские, врачи, военные, иными словами, представители определенной социальной группы, пользующиеся своими полномочиями, выполняющие возложенные на них функции. Их межличностный дискурс уже нельзя отнести ни к бытовому, ни к бытийному. Они оперируют специальной терминологией, соблюдают служебную иерархию и в принципе ограничены определенными рамками в общении.

Г.Г. Слышкин и М.А. Ефремова подразделяют кинодискурс на художественный и нехудожественный, в художественном превалируют



стилизованная разговорная речь и иконические знаки, а в нехудожественном – научная или публицистическая речь и индексальные знаки [Слышкин, Ефремова 2004].

В зависимости от подхода к исследованию основными единицами кинодискурса могут быть как минимальные единицы изображения, так и крупные отрезки (кадр или план), состоящие из изобразительного компонента, движения и звука (Ю.М. Лотман, С.М. Эйзенштейн, К. Метц и др.).

Многие исследователи называют кадр в качестве минимальной единицы кинотекста (Ю.М. Лотман, С.М. Эйзенштейн, С. Уорт), однако они подчеркивают, что кадр, будучи основным, все же не является единственным носителем значений киноязыка.

Т.В. Духовная в рамках кинодискурса рассматривает лингвистические и экстралингвистические факторы, вербальную и невербальную составляющие кинофильма. Отдельно она уделяет внимание киноречи в письменном виде – субтитрам [Духовная 2015]. Причем, согласно наглядной схеме, представленной самой Т.В. Духовной, перечисленные компоненты входят один в другой в такой последовательности: субтитры, кинодиалог / киноречь, дискурс кинофильма, кинотекст, кинодискурс. Схема представлена на рисунке 1.

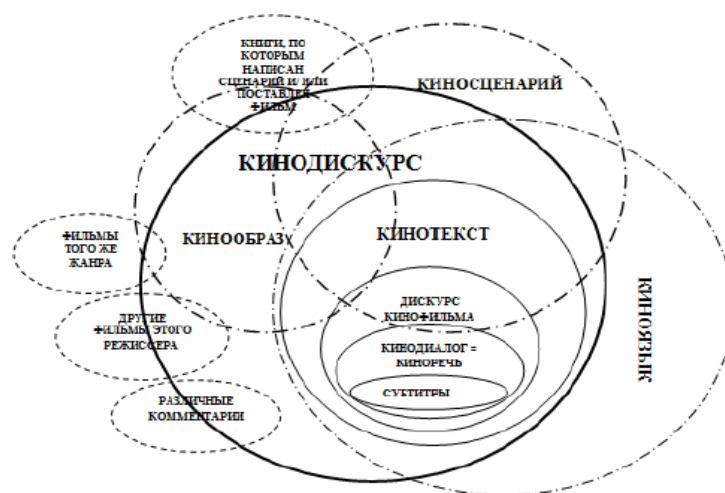


Рисунок 1 – Структурные компоненты кинодискурса, выделенные

Т.В. Духовной

Выделенные Т.В. Духовной в составе кинодискурса компоненты подтверждают сделанный нами вслед за М.А. Самковой вывод о емкости кинодискурса, включающего в себя кинотекст, кинодиалог и киноповествование.

Итак, нами были рассмотрены характеристики дискурса и кинодискурса как целого и части соответственно (как единица языка дискурс должен превосходить по объему предложение; обязательно его использование в социальном контексте; дискурс диалогичен; кинодискурс также отвечает этим критериям), определены их основные типы (неформальный / личностно-ориентированный и формальный / статусно-ориентированный (В.И. Карасик)) и минимальные единицы (кадр (Ю.М. Лотман, С.М. Эйзенштейн, С. Уорт), субтитры, кинодиалог / киноречь, дискурс кинофильма, кинотекст, кинодискурс (Т.В. Духовная)).

### 1.3 Аксиологический компонент в кинодискурсе

Вопросы аксиологии в рамках различных типов кинодискурса поднимались многими современными исследователями: В.В. Катерминой, С.Х. Липириди [Катермина, Липириди 2021], Л.Ф. Соловьевой [Соловьева 2014], К.Я. Сигал [Сигал 2019], Г.Ф. Гибатовой [Гибатова 2011], Л.В. Коцюбинской, О.А. Кузиной [Коцюбинская, Кузина 2015], Н.Е. Тогошиевой [Тогошиева 2011], Л.П. Селиверстовой [Селиверстова 2007], В.В. Квашиной [Квашина 2013] и др.

В начале XX в. В теории философии было введено понятие «аксиология», затрагивающее ценностную проблематику. Предлагалось рассматривать мир как бытие (действительность) и находящиеся за его пределами ценности. Само по себе существование этих ценностей, таким образом, отрицалось: они воспринимались лишь как значимость какого-либо явления [Ивин 2002]. Человек, взаимодействия с окружающей действительностью, эмоционально

реагирует на происходящее, оценивает его, формируя в сознании систему смыслов [Гибатова 2011].

«В качестве ценности может выступать как явление внешнего мира (предмет, вещество, событие, поступок), так и факт мысли (идея, образ). Ценностная ориентация является одной из важных характеристик человеческого способа освоения действительности, а ценности составляют основу человеческого мировоззрения. По отношению к субъекту (человеку) ценности служат объектами его интересов, а для его сознания выполняют функцию повседневных ориентиров в предметной и социальной действительности, обозначений его различных практических отношений к окружающим предметам и явлениям. Наряду с предметными ценностями в качестве ценностей выступают также некоторые явления общественного сознания, выражающие интересы субъекта в идеальной форме (понятия добра и зла, идеалы, моральные нормативы и принципы). Данные формы сознания не просто описывают какие-то действительные или воображаемые явления реальности, а выносят им оценку, одобряют или осуждают их, требуют их осуществления или устранения, то есть являются нормативными по своему характеру, их значимость определяется не свойствами предмета самими по себе, а их вовлеченностью в человеческую жизнь» [Гибатова 2011, с. 128].

Оценка, являясь продуктом психолого-логического осмысления действительности, отражает отношение человека к увиденному. В разных ее проявлениях оценка изучается в рамках философии, социологии, лингвистики, психологии и др. «Процесс оценки может сопровождаться выражением эмоционального отношения субъекта к объекту» [Ивин 2002, с. 129].

Лингвистическая аксиология занимается рассмотрением оценки, представленной контекстуально, в ее взаимосвязи с окружающими сопутствующими смыслами, пространственно-временной и социальной обусловленностью. Лингвистический анализ нацелен внести «не только описательно-таксономический вклад, вытекающий из анализа языковых структур и функций, не только предписательно-регламентирующий вклад,

исходящий из логико-риторических оснований языка и речи, не только интерпретативно-классификационный вклад, вытекающий из анализа установленных в философии, семиологии, культурологии или социальной психологии концептов, объективируемых словами и выражениями с особой коннотативно-оценочной семантикой. Но вносится и вклад диагностирующий, измеряющий, призванный выявить “ценностное” состояние человека и общества в целом в один из моментов их существования или в их развитии, опираясь на когнитивные и дискурсивные основания исследования» [Серебрянникова 2011].

Оценки классифицируют по объекту (что именно оценивается), способу оценивания (в зависимости от наличия эталонного объекта сравнения (reference point) и его отсутствия), основанию оценки (логическое осмысление или эмоциональный импульс), аксиологической интерпретации (положительные и отрицательные) [Гибатова 2011]. Последняя из перечисленных классификаций была взята нами на вооружение при анализе неологизмов англоязычного кинодискурса.

Противоположным понятию «ценность» является лексема «антиценность». Так, если ценности чаще всего связывают с понятиями «добро», «истина», «красота», то антиценности – с их антиподами. Так, «безобразным, то есть лишенным формы или структурной соразмерности, могут быть названы многие социальные явления, связанные с несправедливостью, насилием, жестокостью, ложью и т. п. Однако, придание им конкретноперсонального, художественно-образного и одновременно “мнимореального” статуса может превратить их в отвлеченную форму этически нейтрального и даже позитивного явления. Эту особенность искусства в полной мере использует современная массовая культура, которая, как бы растворяет все многообразие внеэстетических оценочных суждений в их стилевой унификации, которая имеет две основные формы – академизм и авангардизм» [Кукаркин 1985, с. 59].

Основные ценности и антиценности Л.К. Байрамова отражает в десяти диадах, каждая из которых представлена в виде двух блоков, раскрывающих ценности и антиценности. «Это — витальные ценности и антиценности (жизнь и

смерть; здоровье и болезнь); священные ценности и антиценности (Родина и чужбина); гедонистические ценности и антиценности (счастье и несчастье); социально-утилитарные ценности и антиценности (труд и безработица; лень и отдых); материально-утилитарные ценности и антиценности (богатство и бедность); интеллектуально-познавательные ценности и антиценности (ум и глупость); нравственно-этические ценности и антиценности (правда и ложь); эмоционально-утилитарные ценности и антиценности (смех и плач); религиозные ценности и антиценности (рай и ад)» [Байрамова 2009, с. 137].

Являясь, пожалуй, наиболее приближенным к реальности искусством, кино затрагивает невероятно широкий диапазон сфер жизнедеятельности: духовную, политическую, экономическую, социальную, отражая так или иначе отношение социума к происходящему в данных сферах, транслируя некие ценностные установки, присущие тому или иному социальному кругу, к которому принадлежат или причисляют себя участвующие в создании кинокартины. Эти ценностные установки прочитываются на сознательном или бессознательном уровне реципиентами данного вида искусства – кинозрителями. Зачастую кинокартины, будучи отражением реальности, транслируют традиционные ценностные установки, однако нередки случаи передачи нетрадиционных ценностных установок для достижения различных целей. Таким образом, можно говорить о двойственной природе коммуникативной установки киноискусства. В этой связи стоит подчеркнуть соотносимость кино со средствами массовой информации: с одной стороны, СМИ стремятся предоставить достоверную, объективную информацию, а с другой – транслируют определенные ценностные установки [Катермина, Соловьева 2019]. Кино, как и радио, ТВ, газеты, является своеобразным средством массовой информации.

По Г.Ф. Гибатовой, «если ценность ориентирована на эталон, то оценка является результатом сравнения с эталоном» [Гибатова 2011, с. 130–131]. Способ оценки кино по относительному основанию (предполагающему сравнение с образцом) предполагает, что признанные качественные кинокартины являются

эталонном для сравнения. Критерии признанности и качества не случайны. *Признание* кинокритиков (а затем зрителей) позволяет снизить субъективность восприятия продуктов кинематографа до минимума (компетентные члены жюри киноакадемий, гильдии кинокритиков выносят вердикт о фильмах на основании беспристрастной объективной оценки). Оценивается *качество* кинофильма: его визуальные и звуковые достоинства, игра актеров, разработанность сценария, монтажные решения, смысловая составляющая. Фильмы, не представляющие особой художественной ценности, и в то же время вызывающие интерес, можно назвать «средними».

В.В. Катермина предлагает рассматривать мелиоративную и дерогативную оценки как полярные, «предполагающие некую “среднюю”, “нейтральную” или “нулевую” оценку, которая выступает в качестве “точки отсчета” при оценочной квалификации объекта» [Катермина 2016, с. 43]. Как видим, разграничивая полярные с точки зрения их оценки явления, В.В. Катермина считает целесообразным начинать «отсчет» с середины, а не с эталона.

В практической части работы нами были проанализированы дефиниции и контекстное поле неологизмов англоязычного кинодискурса на предмет выявления в их составе мелиоративной (положительной) и дерогативной (отрицательной) оценок.

## ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 1

1. В данной главе были рассмотрены работы ученых, посвятивших свою деятельность исследованию дискурса, а также охарактеризованы различные подходы к его определению. Было выявлено, что кинодискурс соотносится с дискурсом как часть с целым.

2. Нами были проанализированы подходы к определению таких часто соотносимых с кинодискурсом понятий, как «кинотекст», «киноповествование» и «кинодиалог», после чего вслед за учеными-исследователями данной области (А.Н. Зарецкая, Г.Г. Слышкин, М.А. Ефремова, М.А. Самкова, Т.В. Духовная,

А.Х. Джала, Я. Андроутсопулос и др.) был сделан вывод о емкости понятия «кинодискурс», вмещающего в себя все перечисленные понятия.

3. Было рассмотрено несколько дефиниций кинодискурса и сделан вывод о целесообразности использования в работе определения М.А. Самковой. Основываясь на данной дефиниции, под кинодискурсом мы будем подразумевать совокупность вербальных и невербальных компонентов кинофильма, включающую в себя текстовый киносценарий, саундтрек, видеоряд, смысл, который вкладывает автор кинофильма, и интерпретацию зрителя.

4. Были рассмотрены основные критерии кинодискурса, предложенные М. Стаббсом. В соответствии с этими критериями было установлено, что кинодискурс обладает определенными качествами (превышает по объему предложение, социален, диалогичен).

5. Изучены тонально-жанровые характеристики и типы дискурса, предложенные В.И. Карасиком, и сделан вывод о принадлежности кинодискурса как к личностно-ориентированному типу дискурса, так и к статусно-ориентированному, в зависимости от сюжетной линии и профессиональной принадлежности главных героев. Рассмотрены типы кинодискурса, предложенные Г.Г. Слышкиным и М.А. Ефремовой, выделяющими художественный и нехудожественный дискурсы.

6. Помимо этого, внимание было уделено основным единицам и элементам кинодискурса: ударение и интонационные конструкции (У. Эко), кадр и план (Ю.М. Лотман, С.М. Эйзенштейн и К. Метц), дискурс кинофильма, кинодиалог / киноречь, субтитры, кинотекст, кинодискурс (Т.В. Духовная).

7. Далее мы обратились к феномену аксиологии. Были определены понятия «аксиология», «ценность», «антиценность», представлена классификация последних. Выделяют основные ценности и антиценности: витальные, священные, гедонистические, социально-утилитарные, материально-утилитарные, интеллектуально-познавательные, нравственно-этические, эмоционально-утилитарные и религиозные (Л.К. Байрамова). Ценность неразрывно связана с оценкой, которая исходит от человека как активного

участника познания мира путем отнесения тех или иных феноменов к категории «плохой», «хороший», «средний». Было отмечено, что зачастую дефиниции и / или контекстное поле того или иного неологизма кинодискурса не лишены положительной или отрицательной оценки, а также транслируют некоторые ценностные установки.



## ГЛАВА 2. НЕОЛОГИЗАЦИЯ ПОНЯТИЙ КИНОДИСКУРСА

### 2.1 Современное состояние неологии, определение понятия «неологизм»

В отношении новшеств существует две позиции: одни приветствуют инновации, другие же, заядлые консерваторы, напротив, боятся их, избегают столкновений с ними, стараются всеми силами предотвратить их появление в мире, своем окружении, своей семье, доходя порой до крайностей. К примеру, старообрядцы, которые живут в срубах, промышляют охотой, рыболовством и земледелием, добровольно отказываются от современных благ, таких как электричество, центральное водоснабжение, канализация, газ, отопление, Интернет, телевидение, телефонная связь и др.

У сторонников каждой позиции есть свои весомые аргументы. Первые, приветствующие новшества, желают облегчить свою жизнь и жизнь близких людей, стремятся жить в чистоте, тепле и уюте без необходимости в холодную погоду изо дня в день топить печь (что не только более затратно с материальной точки зрения в настоящее время, когда дрова стоят довольно дорого, но и затратно физически: необходимо нарубить дрова, сложить их в печку, разжечь огонь, постоянно подкладывать топливо, поддерживая его), ходить на улицу по нужде, охотиться, чтобы поесть и т.д. Вторые, консерваторы, руководствуются высокими моральными принципами и преследуют свои собственные цели, придерживаясь подобного образа жизни: они отрицают удобства как нечто, развращающее душу человека, приводящее к ее нравственному «засыпанию», приветствуют труд, нравственно обогащающий человека, порицают чрезмерную привязанность к некоторым благам, не являющимся необходимыми, таким, как телефонная связь и Интернет, предпочитают личное общение, чтение книг, созерцание природы. Если рассматривать консерваторов «умеренного звена», например, приветствующих научно-технический прогресс, пользующихся благами цивилизации, но выступающих против глобальных социальных

изменений, стоящих за сохранение традиций, устоев, традиционного брака, предполагающего разнополый союз и рождение детей (в отличие от новомодной тенденции «childfree»), то и у них, как видим, вполне обоснованная позиция.

Что касается *новшеств в языке*, то и тут существует два мнения: одни приветствуют языковые изменения, соотнося их с естественным процессом языкового развития, другие считают, что неологизмы не обогащают язык, а, напротив, приводят к его упадку, так как часто они заимствуются из других языков или отдаляют современный язык от литературного, которым пользовались великие писатели, либо просто выступают против неологизмов за их инновационность как таковую, не доказавшую свою состоятельность, необходимость, жизнеспособность. О двояком отношении к неологизмам-заимствованиям говорится в статье А.Р. Ахметзяновой: «...к процессу заимствования носители языка относятся по-разному. Даже среди лингвистов существуют разные точки зрения. Одни называют процесс заимствования языковым беспределом и говорят о возможном исчезновении языка; другие считают, что в заимствованиях нет ничего плохого и что русскому языку ничего не угрожает, так как он умеет очищаться, избавляться от ненужного, в том числе и от избыточных иноязычных слов» [Ахметзянова 2016, с. 30].

О негативном отношении к неологизмам читаем у А. Шопенгауэра в книге «Искусство побеждать в спорах»: «...если противник предложит какое-нибудь измененное наименование, то мы назовем его “неологизмом”, так как это слово вызывает антипатию; и поступим наоборот, если сами делаем такое предложение» [Шопенгауэр 1831, с. 29]. Немецкий философ в своем труде говорит об антипатии к неологизмам, объясняя ее тем, что при отсутствии особого названия для какого-то понятия, говорящий может избрать такую лексему, которая будет удобна для его собственной аргументации (например, он упоминает либералов и протестантов, которые сами стали называть себя подобным образом, и о еретиках, которые получили свое имя от католиков). Артур Шопенгауэр, таким образом, указывает на оценочный компонент, часто присутствующий в составе неологизма. Данный факт мы считаем

заслуживающим внимания и отдельного рассмотрения, что и намереемся сделать далее.

Возвращаясь к различиям в восприятии неологизмов, стоит упомянуть проведенный А.Р. Ахметзяновой. Исследователь опросила почти сто респондентов (учащихся 6–9 классов) на предмет их отношении к неологизмам. Выяснилось, что одна десятая опрошенных относится к новшествам в языке нейтрально, тогда как половина респондентов считают, что «...неологизмы нужны в речи, потому что в русском языке нет многих терминов, которые употребляются в определённых областях науки и техники. Русский язык не обеднеет от обилия неологизмов, а напротив – обретёт силу, станет намного объёмнее» [Ахметзянова 2016, с. 30]; 42 % полагают, что «...неологизмов должно быть в меру. Чрезмерное употребление новых слов делает наш язык не совсем русским» [Ахметзянова 2016, с. 30]. То есть с небольшим перевесом, но все же опрошиваемые скорее положительно, нежели отрицательно, относятся к новообразованиям в языке.

Отдавая дань уважения обеим точкам зрения, авторы данной работы оценивают появление неологизмов скорее положительно. Новые слова зачастую являются зеркалом времени, существующих в определенном временном промежутке культурных тенденций, исторических событий, инноваций в науке и т.д. Исследование неологизмов «находится в кругу важнейших вопросов современной лингвистики, поскольку исследование состава новообразований, их структурных особенностей, функционального предназначения способствует решению многих проблем лексикологии, словообразования, грамматики, стилистики» [Катермина 2017, с. 84]. Неологизмы традиционно воспринимаются как продукт политических, социальных, экономических трансформаций, неизбежно влекущих за собой изменения на языковом уровне [Катермина, Соловьева 2019].

Неологизм является основным предметом изучения относительно новой науки – *неологии*. И, хотя понятие «неологизм» было известно еще в XVIII в., становление неологии как науки произошло намного позже: в 1960-е гг. На

первом этапе ее развитию особенно способствовали работы А.А. Брагиной, Р.А. Будагова, Е.В. Розен, Н.И. Фельдман, Г.О. Винокура, В.Г. Гака и др.

Неология – отрасль лексикологии, «наука о неологизмах, новых словах, обозначающих новые предметы и понятия, но еще не вошедших в активный словарный состав языка» [Заботкина 1989, с. 6]. Данная отрасль науки, зародившаяся в 1960-е гг., находится в стадии активного развития, поскольку в языке и в речи непрерывно появляется множество новых явлений.

Предмет современной неологии расширяется, переходит на новый, уровень развития: «К началу XXI века в теории языка была четко сформулирована необходимость выхода на новый, “интегративный, уровень в трактовке понятий и проблематики неологии” для установления особенностей функционирования нового слова как единицы внутреннего лексикона человека» [Тогоева 2000, с. 5], как «результата речемыслительной деятельности индивидуума, познающего и описывающего мир в определенных социокультурных, политических, экономических и социолингвистических реалиях» [Избицкая 2020, с. 19–20]. Такой интегративный подход позволяет подробно и разносторонне анализировать вновь возникающие понятия, отмечать изменения в социокультурной, экономической, политической и других сферах жизнедеятельности человека, прослеживать этапы формирования новых слов, изменение их значений при переходе из одной сферы в другую.

Ученые-лингвисты выделяют несколько направлений в современной неологии, базируясь на интегративном подходе: когнитивное, психолингвистическое, коммуникативное и социолингвистическое, деривационное, стилистическое [Юйсинь 2016]. Для данного исследования наибольший интерес представляет психолингвистическое направление в неологии. «Психолингвистическая теория, сформированная в противовес многочисленным работам в области неологии, анализирующим новую лексику в статистическом структурно-семантическом аспекте, пытается представить неологизм как динамическое (процессуальное) явление, связанное с мышлением и когнитивной деятельностью отдельного носителя языка. Представляется

важным, что при анализе перцептивно-когнитивной информационной базы человека, которая формируется по законам психической деятельности, учитываются выработанные в социуме системы норм и оценок, модных тенденций, распространенных моделей» [Избицкая 2020, с. 22]. В исследовании будет затронута аксиологическая составляющая неологизмов кинодискурса, их манипулятивный потенциал, рассмотрены гендерные стереотипы в составе неологизмов кинодискурса как отражение выработанных в социуме норм.

Следует отметить, что понятие «неологизм» становится все более размытым, в то время как появляются многочисленные исследования, посвященные формированию неологии и новых научных учений. Есть основания полагать, что понятие «неологизм» (понятие неоднозначное), применявшееся в основном к словам или их значениям на протяжении последних десятилетий, теперь может обозначать несколько больший круг явлений, имеющих свои особенности. Неологизмы будут появляться только в текстовых данных, которые актуальны и обновлены, их изменяющийся статус может быть обнаружен только в хронологически обработанных текстовых данных. По этим причинам диахрония лежит в основе данного подхода к изучению языка с тех пор, как в конце 1980-х гг. она стала технически осуществимой.

Существует множество подходов к *определению неологизмов*. Так, толковый словарь Д.Н. Ушакова дает следующую дефиницию данного понятия: «(от греч. *neos* – новый и *logos* – слово) (лит., лингв.). Вновь появившееся в языке слово, напр. для русского языка нашего времени слова: стахановец, комсомолец, колхоз и т. д. Старое слово в совершенно новом значении, напр. смычка, ударник и т. д.» [Ушаков 1938].

Словарь лингвистических терминов еще одного советского лингвиста Д.Э. Розенталя определяет неологизм как «слово или оборот речи, созданные для обозначения нового предмета или выражения нового понятия» [Розенталь 2009, с. 130].

Как видим, Д.Н. Ушаков помимо вновь возникших лексем относит к неологизмам и получившие новое значение уже существовавшие ранее слова,

тогда как Д.Э. Розенталь считает таковыми лишь вновь созданные лексемы или обороты речи.

В «Словаре литературоведческих терминов» Л.И. Тимофеева и С.В. Тураева содержится дефиниция, схожая с данной Д.Э. Розенталем: «неологизмы (от греч. *néos* — новый и *logos* — слово) – новообразованное слово или словосочетание. Н. образуются на основе существующих форм, в соответствии с законами языка» [Тимофеев, Тураев 1974, с. 238]. В цитируемой словарной статье не содержится упоминания о возможности появления нового значения у существующих лексем, говорится лишь о взятии существующих форм слов за основу при формировании неологизма.

Кембриджский словарь дает дефиницию, сходную с определением Д.Н. Ушакова: “a new word or expression, or a new meaning for an existing word” [Cambridge Dictionary].

В англоязычном словаре литературных терминов при объяснении значения неологизма как феномена говорится об основном *критерии* неологизмов – *инновационности* (о новых смыслах существующих слов не упоминается), а также о возможности перехода окказионализмов в статус неологизмов: “What do the words amazement, cold-blooded, blushing, and gnarled all have in common? They were once invented by Shakespeare and they were once neologisms. Neologism is new word or phrase that is not yet used regularly by most speakers and writers” [Literary Terms] («Что общего между английскими эквивалентами слов “изумление”, “хладнокровный”, “зардеться” и “шишковатый”? Когда-то они были изобретены Шекспиром и когда-то были неологизмами. Неологизм – это новое слово или фраза, которые еще не используются регулярно большинством ораторов и писателей» [здесь и далее перевод наш]).

О подобном критерии говорится и у Н.Н. Перцовой: «[слово должно] восприниматься носителем языка как *незнакомое*» [Перцова 1995, с. 14]. Здесь присутствует обращение к языковой интуиции носителя, и понятие неологизма сближается с понятием агнонима (слова, которое незнакомо большинству носителей языка) [Морковкин, Морковкина 1997].

Взяв на вооружение указанный критерий, нельзя забывать об экстралингвистических факторах (лексема может потерять актуальность ввиду исторических изменений и даже затем появиться в несколько другом значении), которые могут повлиять на статус неологизма (например, слово «авоська», появившееся в СССР и перешедшее в число историзмов после прекращения его существования, снова приобрело популярность в XXI в., но уже не в значении недорогой сумки для продуктов, а как модный аксессуар молодежи). По этой причине упомянем *антропоцентрико-хронологический* критерий Б.Н. Головина: «новыми словами являются слова, возникшие на памяти применяющего их поколения» [Головин 2014, с. 91].

В этой связи стоит упомянуть понятие «неологическая интуиция» (Neological Intuition or NI), представляющее собой металингвистическую способность оценивать лексическую новизну. Это связано с тем, как говорящие обрабатывают и понимают новые слова, встречающиеся в повседневной жизни, не обязательно обладая энциклопедическими знаниями о языке. Хотя NI основан на общей языковой компетенции, он подвержен индивидуальным вариациям ввиду как лингвистических, так и экстралингвистических факторов.

NI относится не только к базовой лингвистической теории, но и к прикладным областям, таким как социалингвистика и психолингвистика. Колебания NI могут быть обусловлены социологическими факторами, а также анализом NI по таким параметрам, как возраст, географическое происхождение, социально-профессиональная категория и т. д., что может дать информацию о том, как неологизмы воспринимаются носителями разных социальных групп. К примеру, можно исследовать возможные корреляции между узнаванием определенных типов неологизмов (например, заимствованных слов) и индивидуальными характеристиками говорящих (например, возрастом, владением языком, местом проживания).

Выделяют также понятие «неоним», которое обозначает неологизмы-термины, а неонимия понимается как набор неонимов и как раздел терминологии, изучающий неонимы [Косович 2015]. Определяя

функциональное отличие неологизма и неонима, О.В. Суперанская, вслед за Г. Рондо, отмечает, что, неологизм и неоним за период своего существования проходят несколько этапов: новизна (появление в языке, воспринимаемость говорящими как новое), фиксация (в словаре, литературе), старение (переход в разряд устоявшихся слов) [Суперанская 2012]. В отличие от неологизмов, неоним должен восприниматься как новое слово именно специалистами определенной области, а не просто носителями языка. Г. Рондо называет это критерием «коллективного сознания группы компетентных говорящих» [Rondeau 1984, p. 126]. «Второй этап – фиксирование в употреблении – может определяться по объективному критерию – лексикографическому закреплению. И если для неологизмов это – более или менее объективный критерий: (внесение в словарь является полностью достаточным, чтобы зафиксировать второй этап их “жизни”), то для неонимов “критерий употребления” должен быть “проверенным” дополнительным обращением к свежей научно-технической документации и мнениям экспертов. И, наконец, третий критерий – “относительность датирования”, который устанавливается по данным общей или специальной лексикографии, должен для неонимов также подчиняться двум предыдущим» [Косович 2015]. В связи с этим можно сделать вывод о том, что если источниками примеров употребления неологизмов могут служить популярные средства массовой информации (Интернет, телевидение, журналы), то неонимов (предмета изучения терминологов) – специализированная литература.

При дифференциации неологизмов и неонимов А. Михайловичи [Mihailović 2005] учитывает четыре фактора: 1) спонтанность (стихийность); 2) синонимия; 3) способ создания, форма; 4) распространение.

1. *Спонтанность (стихийность)*. Если появление неологизма может объясняться желанием более точно выразить существующее понятие, обогатить язык, то неоним появляется вместе с объектом / явлением, которые он называет, вследствие необходимости, невозможности обойтись без него.



2. *Синонимия*. Неонимы, будучи терминами, не предполагают наличия синонимов и являются атрибутом научного стиля, в то время как неологизмы зачастую имеют ряд схожих по значению слов и не привязаны к определенному стилю изложения.

3. *Способ создания, форма*. Неологизмы преимущественно создаются морфологическим способом (добавлением суффикса / префикса), а неонимы – синтагматическим (например, корень “cyber” часто участвует в словосложении; так появились неонимы “cyberchat”, “cyberassistance” и др.) [Goosse 1975]. Иногда неонимы состоят из более двух лексем (“boroneutrothérapie” (терапия с захватом борных нейтронов – бинарный терапевтический метод лечения рака, основанный на использовании комбинации специфичного для рака препарата, содержащего бор-10 (10В), и облучения тепловыми нейтронами), “magnétoencéphalogramme” (магнитоэнцефалография – технология измерения магнитных полей мозга)). Также при создании неонимов пользуются аббревиацией, сокращениями.

Прямые кальки из одного языка в другой – не редкость в терминологической неологии (“job board” (сайт рабочих вакансий), “pure player” (компания, фокусирующаяся на определенном продукте или услуге с целью получения большой доли рынка), “affirmative action” (положительная дискриминация; целенаправленный найм работников-представителей различных социальных меньшинств), “business angel” (частное лицо, зачастую с большим капиталом и опытом ведения бизнеса, инвестирующее часть своих активов в новые и растущие частные предприятия)). Перемещение таких новых терминов-синтагм из одного языка в другой – частое явление. Неонимы, переходя из одного языка в другой, приобретают особенности произношения (оно не должно представлять трудность для говорящего) и написания заимствующего языка.

5. *Распространение*. Неологизмы, появляясь в языке, зачастую не покидают его пределов, в то время, как неонимы нередко входят в международный оборот.

Беря во внимание перечисленные критерии, мы склонны отчасти не согласиться с последним из них, касающимся распространения неологизмов и неонимов. По нашему мнению, (в особенности в последнее время) многие неологизмы появляются путем заимствования (в основном из английского языка) и передаются в русском с помощью калькирования, транскрипции или транслитерации. Таким образом, эти неологизмы также находятся в международном обращении и имеют универсальное значение. Четвертый критерий, касающийся формы, представляется слишком категоричным в разграничении неонимов – синтагматических форм и неологизмов – коротких слов. Среди неологизмов также есть примеры синтагматических форм.

Таблица 2 отражает отличительные черты, присущие неологизмам и неонимам в соответствии с критериями, предложенными А. Михайловичи [Mihailovici 2005] и А. Гуссом [Goosse 1975].

<i>Критерий сравнения</i>	<i>Неоним</i>	<i>Неологизм</i>
Необходимость появления	Появляется вследствие необходимости вместе с явлением / объектом, который называет	Призван обогатить язык
Присутствие синонимии	Синонимы отсутствуют	Присутствуют синонимы, отражающие разные оттенки значения
Форма существования, способ образования, степень интегрированности в заимствующий язык	Синтагматические формы; образуются путем словосложения, аббревиации, сокращений; при заимствовании другим языком ассимилируется в нем, приобретая новое написание и произношение	Короткие слова; образуются путем добавления суффиксов / префиксов; редко заимствуются другими языками
Распространение	Берутся в международный оборот	Используются локально

Таблица 2 – Сравнительная таблица неологизмов и неонимов

В автоматизированном диахроническом подходе неологизм определяется как первое появление слова или многословной единицы, найденной в определенном языковом корпусе. На самом деле это может быть формация, встречающаяся только один раз с возможностью появиться снова позже. Это может быть типографская ошибка, которая по оценкам составляет не менее 10% в тексте. Но в любом случае лексическая единица регистрируется как неологизм в своей первой точке входа в серию аналитических программных фильтров, как показано на рисунке 2.

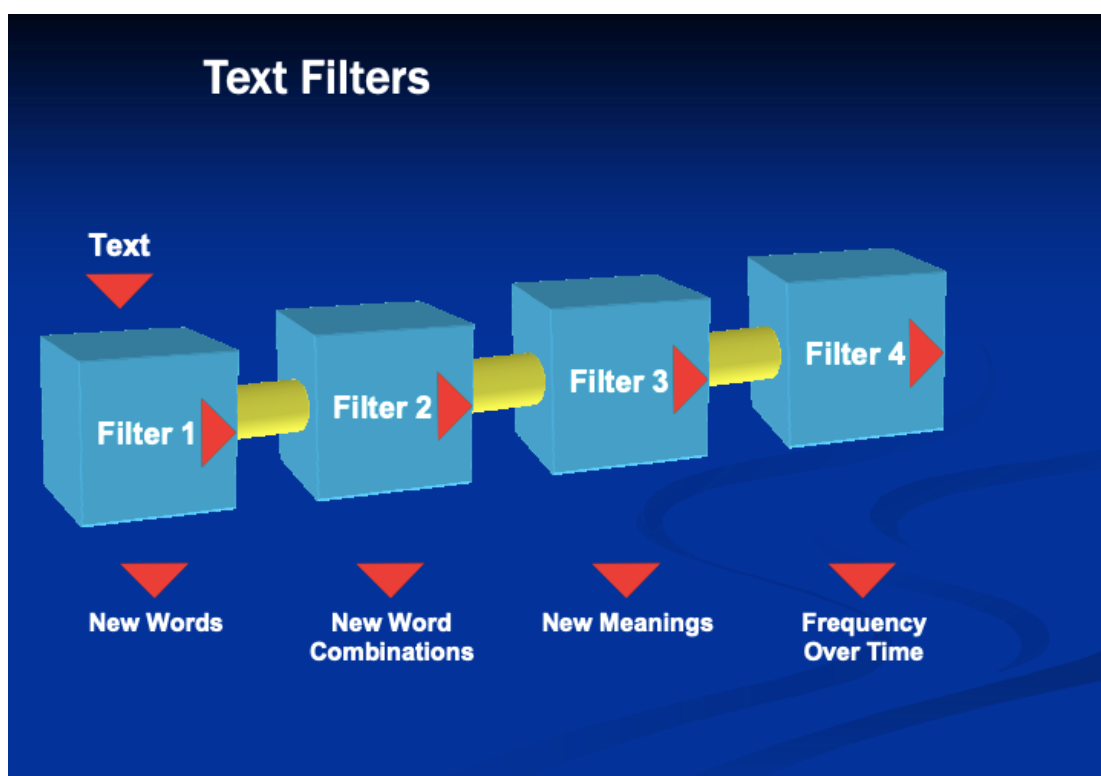


Рисунок 2 – Фильтры программного обеспечения AVIATOR для выявления неологизмов

Фильтр 1 идентифицирует новые слова в последовательных временных фрагментах текста британской газеты Guardian, начиная с 1984 г. Каждое слово в блоке сравнивается с основным корпусом газеты за 5 лет (с 1984 по 1988 г.). Фильтр 2 сужает количество кандидатов среди неологизмов, состоящих из нескольких слов. Фильтр 3 идентифицирует семантическую неологию, а все новые и существующие слова записываются и сохраняются вместе с датами и контекстной информацией с помощью Фильтра 4 [Renouf 2012].

А. Ренауф приводит примеры неологизмов, автоматически извлеченных из Guardian в декабре 2010 г. [Renouf 2012]:

- 1958's Scandinavian **depressionfest**;
- this **cyber-putz** is hiding in England, but they can't find him;
- the **pseudo-compilation** of proto-UK acid house;
- Keith Richards has killed an orchid with cigarette smoke. News of the **botanicide** only surfaced this week;
- Fox News **apocalypticist** Glenn Beck has predicted a new civil war;
- endless **rescreenings** of *Gone With the Wind*;
- the audience of **dissidents-in-exile** and Norway's great and good;
- I want the body of a junkie, not a **jerkules**;
- getting them to flower again involves **photoperiodism** and luck;
- Jessie Cornish was a **pop-star-in-the-making**;
- most car journeys are karaoke **holler-alongs**;
- the **goose-whisperer** with legendary communication skills with birds;
- books best suited as gifts for uncles, aunts and other **hard-to-buy-fors**;
- Blocks like Grand Central are as banal as prefabricated **prole-stackers**.

Мы видим довольно типичный набор способов словообразования. Большинству неологизмов, возможно, суждено быть использованными однократно. Наблюдается несколько производных, как стандартные -ist, re-, pseudo-, так и модная морфема cyber-. Присутствует составное слово “depressionfest” (хотя такие часто употребляемые морфемы, как -fest, настолько грамматически гибки, что, возможно, являются аффиксами). Есть новообразования с дефисом между несколькими словами, например, pop-star-in-the-making, соединения, созданные по очевидной аналогии, как, например, holler-alongs (от singalong), goose-whisperer (от horse-whisperer), присутствует смешанный каламбур (jerkules).

Лишь немногие образования напоминают технические термины, юмористические (botanicide, apocalypticist) и научные (photoperiodism).

Ранее одним из критериев неологичности признавали *незакрепленность новых слов в словарях*. Такой критерий упоминается в известном словаре английских неологизмов К.Р. Барнхарта [TBDNE 1990]. Однако неологизмы могут появляться и в языках, не имеющих письменного выражения, а следовательно, не могут быть закреплены в словарях. К тому же порой новые слова входят в широкое употребление, еще не успев зафиксироваться в лексикографических источниках: “new word formations may spread and reach a high level of frequency (thus being perceived as widely acceptable by a vast range of speakers) before they have been entered into a dictionary” [Anesa 2018, p. 4] (новые словообразования могут распространяться и достигать высокой частоты употребления (таким образом, будучи воспринятыми как широко приемлемые большим кругом говорящих) прежде, чем они будут введены в словарь). По этой причине критерий фиксации в словарях мало актуален сегодня: «появление киберлексикографии коренным образом изменило не только процесс подготовки словарей новых слов, но и подходы к определению неологизмов» [Избицкая 2020, с. 40].

Об этом уклоне изучения неологизмов говорится в диссертации С.Х. Липириди: «перспективными направлениями изучения неологизмов стали изучение электронных форм лексикографии, когнитивно-прагматический подход к изучению неологизмов и семантико-аксиологический анализ новых слов – данные векторы неологии связаны с развитием электронных средств коммуникации, становлением когнитивно-прагматической мегапарадигмы и возрастанием интереса к изучению ценностных трансформаций» [Липириди 2021].

С появлением Интернета и новых возможностей социального общения появились веб-сайты, на которых отдельные энтузиасты и группы специалистов собирают новые слова по мере их появления, хотя многие из них, такие как Urban Dictionary, как правило, созданы в США.

Словарь Мерриам Вебстер до мая 2011 г. был среди тех, которые на своих сайтах все еще производили маркировку текстов на предмет неологизмов. До

настоящего времени большинство крупных британских словарей следовали лексикографическому подходу Коллинза – Кобилда начала 1980-х гг. при доступе к синхронно хранимым текстовым корпусам в качестве ссылки на использование слов. Collins WordBanks Online говорит об «уникальных ресурсах Collins Word Web», большинство источников в корпусе датируются периодом между 2001 и 2005 гг. Pearson ELT заявляет, что все словари Longman составлены с использованием сети Longman Corpus Network – огромной базы данных, содержащей 330 миллионов слов из самых разных реальных источников, таких как книги, газеты и журналы.

Проект AVIATOR (1993) был посвящен проверке гипотезы о том, что новые слова могут быть отслежены путем сопоставления новых элементов с существующими лексическими наборами, а новые смыслы – путем сопоставления новых профилей словосочетаний с существующими. В рамках проекта APRIL (1998) была проверена гипотеза о том, что продуктивность языка может быть идентифицирована и классифицирована на уровне *harax legomenon*, предполагающем поиск набора слов, которые будут повторяться и, таким образом, будут рассматриваться, как полезные кандидаты для расширенного банка поисковых терминов. Исследовательские гипотезы AVIATOR и APRIL были новаторскими и рискованными как с лингвистической, так и с технологической точки зрения. С 1997 года стало ясно, что создание и обновление специализированных диахронических корпусов слишком дорого, поэтому был задуман проект WebCorp (2000–2003). Проекты WebCorp также были новаторскими, хотя и более простыми по своей концепции. WebCorp находит, исследует и обрабатывает веб-текст в режиме реального времени. WebCorpLSE (2004–2007) (Kehoe & Gee, 2009; Renouf, 2009) продолжила экспериментальную работу, проведенную еще в 2001–2001 гг. с новаторской компанией Searchengine.comxiv, которая показала, что создание собственной поисковой системы и загрузка слов, использующихся достаточно большое количество раз, позволит отслеживать языковые изменения более статистически

и хронологически надежным способом, чем это было возможно, когда WebCorp полагалась на Google.

В статье с говорящим названием «Неологизмы – это эпидемия: моделирование жизненного цикла неологизмов в Китае 2008–2016 гг.» [Jiang et al. 2021] затрагивается тема киберлексикографии: «В настоящее время неологизмы генерируются в основном в Интернете. Поскольку эти неологизмы появляются в Интернете и сразу же архивируются с отметкой времени, эти первые употребления могут быть легко идентифицированы как вехи языковых изменений и вариаций, в отличие от использования неологизмов до этого в традиционных СМИ» [Jiang et al. 2021].

Киберсреда имеет одновременно свои преимущества и недостатки касательно неологизмов: «Интернет-неологизмы развиваются намного быстрее и имеют потенциал к более широкому распространению, чем когда-либо прежде, но они в то же время могут и быстро исчезнуть» [Jiang et al. 2021].

В дефиниции неологизмов, данной И.В. Рец, отражены такие критерии неологичности, как новизна, хронологичность, а также функционирование в востребованных понятийных сферах. И.В. Рец причисляет к неологизмам «лексические единицы, новые не только по форме или содержанию в некоторый фиксированный момент времени, но и имеющие новую социокультурную референцию и функционирующие в востребованных данным социумом понятийных сферах» [Рец 2014, с. 47].

Необходимо учитывать, что порой существует несоответствие между временем нового события или явления в реальном мире и тем, как оно упоминается в текстовом формате. Могут быть задержки. Также может существовать несоответствие между восприятием чего-либо как нового, и тем, что действительно является новым: несколько человек могут изобрести идею или термин, но они могут не прижиться с первого раза. Точно так же очень похожее событие может произойти в разные моменты истории, но не получить широкого освещения в первый раз, тогда как подобное событие, случившись повторно, привлечет внимание общественности и средств массовой

информации. По этим причинам многие неологизмы, встречающиеся в тексте новостей, на самом деле не новы.

Затрагивая вопрос об использовании неологизмов при учете пола (что считаем уместным упомянуть, так как в практической части работы мы рассмотрим неологизмы с гендерным компонентом), приведем результаты исследования данного феномена, представленные в работе П. Каньете Гонсалес [Cañete González 2017]. Автор установила, что в блогах количество неологизмов, используемых женщинами, вдвое больше, чем используемых мужчинами. Эта ситуация удивительна, поскольку она противоречит распространенному мнению, что женщины более консервативны, а мужчины более изобретательны. Интересно, что женщины, пишущие в блогах, используют в два раза больше неологизмов, чем женщины, пишущие для печатных изданий газет. Ощутимо, что свобода, лежащая в основе ведения блога, оказывает значительное влияние на использование женщинами в речи неологизмов.

П. Каньете Гонсалес также указывает на различия в типах неологизмов, используемых каждым полом. Так, в текстах блогов женщины чаще используют заимствования, более «трансгрессивный» тип неологизма, чем лексические единицы, созданные с помощью языковых механизмов. Мужчины, в свою очередь, чаще используют деривацию.

## 2.2 Новая лексика: проблемы классификации и интерпретации

Непрекращающийся процесс появления новых слов и новых значений слов вызывает потребность в их классификации. Выше мы упомянули дефиницию неологизмов, предложенную Д.Н. Ушаковым. Подобное разделение неологизмов нашло свое отражение в их основной *классификации*: различают неологизмы-слова (лексические неологизмы) и неологизмы-значения (семантические неологизмы) по классификации, предложенной Н.М. Шанским [Шанский 2009]. «Лексические неологизмы – это совершенно новые слова, ранее не употребляющиеся в языке. Семантические неологизмы – это слова,



ранее существовавшие в языке, но приобретшие новые семы, т. е. значения» [Попович 2020, с. 128]. Существует и дальнейшее разделение неологизмов на типы, однако все другие классификации сужают данную Н.М. Шанским типологию.

Согласно Питеру Ньюмарку, типы неологизмов включают новые словообразования (new coinages), производные слова (derived words), аббревиатуры (abbreviations), словосочетания (collocations), эпонимы (eponyms), фразовые слова (phrasal words), адаптированные заимствования (transferred words), акронимы (acronyms), псевдонеологизмы (pseudo-neologisms) и интернационализмы (internationalisms) [Newmark 1988].

Неологизмы также делят на «общезыковые и авторские, или индивидуально-стилистические. Общеязыковые неологизмы, в свою очередь, можно поделить на языковые, лексические и семантические в зависимости от способа их образования» [Воронцова 2016, с. 111].

И.В. Рец в своей диссертации предлагает выделять следующие основные типы неологизмов: *фонологические неологизмы*, или новые слова, чье появление обусловлено их звучанием (например, “buzz” обозначает «телефонный звонок»); *морфологические неологизмы*, или лексические новообразования, созданных с помощью аффиксации или словосложения (“antivaxxer” – «антипрививочник» (префиксация); “super-spreader” – носитель COVID-инфекции, способный заразить большое количество людей (неологизм образован с помощью словосложения; модель «прилагательное + существительное»)); *лексические неологизмы*, абсолютно новые слова, ранее не существовавшие в языке (в том числе заимствования) (“spygate” – конспирологическая теория, утверждающая, что администрация Барака Обамы внедрила шпиона во время президентской кампании Дональда Трампа в 2016 г.); *семантические неологизмы*, или уже существующие слова с новым значением (“prince charming” – эгоистичный, самовлюбленный персонаж); *фразеологические неологизмы*, или новообразования, состоящие из двух или более слов, имеющих смысл только в совокупности (“no tie session” – «встреча без галстуков» обозначает

неформальную встречу коллег / бизнес-партнеров); *визуальные неологизмы*, или лексические новообразования, включающие ранее существовавшие слова в новом написании («ВКонтакте», «Журналист», «Глюкоза», «Лермонтоff», «За наших»); *узуальные и незуальные неологизмы* (литературные неологизмы («партийность») и окказионализмы («оэкраен», «повсесердно», «повсеградн»)) [Рец 2014].

Рассматривая распространенные неологизмы сервиса для создания и просмотра коротких видео “TikTok”, мы с А.В. Самойловой предлагаем следующую их классификацию «с позиции структурно-семантического принципа, а также с учетом их экспрессивно-когнитивного функционала» [Бирюкова, Самойлова 2022, с. 8]:

1) прагмаориентированные *акронимы* и сленгизмы, используемые для *упрощения* понимания и форсирования коммуникативного онлайн-процесса; коннотативно-нейтральны и преимущественно представляют собой словосочетания в форме *аббревиатур*: *POV* (point of view), *OOFM* (one of my followers), *ASL* (age, sex, location / as hell), *ALR* (all right), *ATP* (“at this point” and “answer the phone”), *W* (win), *L* (lose), *Iykyk* (if you know, you know), *catch someone in 4k, periodt* (emphasizing the end of a statement), *finna* (the contracted form of “fixing to”, “going to”) (Gen Z / Tiktok slang & expressions you need to know in 2021), (PopBuzz);

2) номинативные лексические *единицы с аксиологическим потенциалом*, основанным на положительной / отрицательной оценке характеризуемого явления / понятия / персоналии; в группу с дейктически обусловленной положительной оценкой допустимо включить следующие номинативные сленгизмы: *heather* (= gorgeous) – the perfect girl that everyone either wants or wants to be; *granola girl* – is the chill, down-to-earth, hippie girl who loves the planet, probably composts, and lives in Oregon; *bop* – when a song, or album, is really good; *drip* = *swag* – a cool, sexy or trendy sense of style; *stan* – used when someone does something seen as morally nice and you are giving your approval; *face card* means that you're stunning; *CEO* – you are the best at what you do; if somebody calls you *extra*,

they mean that you are being over the top; *fire* means it is very good; *a Bones Day* means you should seize the day and make the most of it (Gen Z / Tiktok slang & expressions you need to know in 2021), (PopBuzz); отрицательная оценочность также эксплицитно выражена в сленговой семантике; данное свойство является неотъемлемой характеристикой неформальной лексики, поскольку язык социальных сетей и, в частности, сетей, ориентированных на молодежную аудиторию, максимально аксиологичен и эквивалентен, т.е. смысловая категоризация происходит по бинарному принципу «хороший – плохой» (рассмотрим ряд примеров: *baka* – idiot, stupid, fool or dumb; *Pick Me Girl* – someone who acts or claims that she is “not like other girls”, usually to gain attention from guys; *devious lick* – “stolen goods” or is used to describe that has been stolen in a sneaky way; *tea* – gossip. If someone “spills the tea” that means they are spreading gossip (Gen Z / Tiktok slang & expressions you need to know in 2021));

3) номинативные лексические единицы с нулевой или минимально выраженной экспрессивной функцией, при этом обозначающие понятия как в рамках медиапространства данной социальной сети, так и вне TikTok-ориентированного информационного поля: *vibe check* – checking someone’s energy or personality; *BBL* (Brazilian Butt Lift); *shadowbanning* – your content is “blocked” without you knowing by TikTok; “*no cap*” – you aren’t lying, or if you say someone is “capping,” then you are saying they are lying; *No Bones Day* means it’s time to wrap it up and start again tomorrow (Gen Z / Tiktok slang & expressions you need to know in 2021), (Mendoza);

4) лексемы, преимущественно прилагательные / причастия с оценочно ориентированным компонентом значения, обладающие дескриптивным потенциалом и дающие характеристику описываемому / подлежащему комментированию явлению или понятию: *bussin* – really good; *valid* – very good or of a really high standard; *cheugy* – off-trend, especially referring to millennials who are trying too hard to be trendy or in style; *fruity* – a term used to describe someone who belongs to the LGBTQ+ community (данная сленговая единица также обладает верификационными признаками, обеспечивающими прямую связь с

денотатом); *looted* – describes someone’s outfit or style as trendy or stylish; *mid* – mediocre (Gen Z / Tiktok slang & expressions you need to know in 2021), (Mendoza) [Бирюкова, Самойлова 2022].

Лексические новообразования являются отражением процессов, происходящих в различных сферах жизнедеятельности: политической, медицинской, экономической, образовательной, культурной, новостной и др. Новообразования в киносфере занимают важную роль в культурологическом пространстве. Кинодискурс постоянно пополняется новой лексикой в связи с динамичным характером развития киноиндустрии, образованием новых жанров, поджанров, киноприемов, режиссерских решений, специальных эффектов (англ. *special effect*, сокр. *SPFX*, *SFX* или *FX*). Лексические новообразования в киносфере призваны минимизировать неоднозначное понимание того или иного феномена, а также обозначить вновь возникшие феномены.

Становление кинолексики началось в первой половине XX в. с появлением первых кинокартин. Так, в «Словаре русского языка» А.А. Шахматова (1909 г.) нет ни одного слова с элементом «кино-», в словаре Д.Н. Ушакова [Ушаков 1938], словник которого принят за формальную линию отсчёта, помещено только 17 слов с первой частью «кино-», 16 из них имеют помету «новое» [Алаторцева 1984]. В англо-русском словаре Г.П. Бакулева 2009 г. насчитывается около 4500 слов и выражений, связанных с кино [Бакулев 2009].

Весь пласт неологизмов кинодискурса (как лексических, так и семантических) по смысловому критерию можно разделить на следующие основные группы: жанры кино, участники кинодискурса (съёмочная группа, персонажи кинокартины, кинореципиенты, кинокритики), понятия, характеризующие съёмочный процесс, «внекартинные» понятия, отражающие влияние фильма на окружающую действительность. В настоящем исследовании при анализе неологизмов кинодискурса мы обратимся к этим группам, затрагивая, скорее, не лингвистический компонент неологизмов, а смысловой.

### 2.3 Гендерный компонент в неологическом кинодискурсе

Категория «гендер» была введена в социальные исследования с целью заменить преваляровавшие в общественных науках того времени термины «половая роль» и «полоролевой подход». Попытки описания признаков, отличающих представителей одного пола от представителей другого, в этнографии и антропологии предпринимались неоднократно. В период постмодернизма понятие «пол» приобрело двойное значение: разделяли пол биологический и социальный.

В 1958 г. Роберт Столлер, американский психоаналитик, ввел в науку термин “gender”. Выступив в 1963 г. на конгрессе психоаналитиков в Стокгольме, он сделал доклад о понятии социополового самосознания. Его концепция базировалась на дифференциации биологического и культурного компонентов в изучении вопросов, связанных с полом, и дало толчок формированию особого направления в современном гуманитарном знании – гендерных исследований. Гендерный дискурс – это дискурс, в котором главную роль играют факторы половых различий в социальном контексте [цит. по: Айвазова 2004].

Гендер выполняет чрезвычайно важную социальную функцию: он служит регулятором отношений в обществе. Руководствуясь существующими представлениями о внешнем облике и поведении представителей того или иного пола, люди общаются, соблюдают дресс-код, приветствуют друг друга и т. д. [Катермина, Прима 2018].

По мнению Л. Ким, «главные теоретико-методологические положения гендерного концепта базируются на четырех взаимосвязанных компонентах: это культурные символы; нормативные утверждения, которые задают направления для возможных интерпретаций этих символов и выражаются в религиозных, научных, правовых и политических доктринах; социальные институты и организации, а также самоидентификация личности. Гендерные отношения фиксируются в языке в виде культурно обусловленных стереотипов, накладывая

при этом отпечаток на поведение (в том числе и речевое) личности и на процессы ее языковой социализации» [Ким 2002].

Индивидуальная и коллективная картина мира конструируются с помощью языковых средств. Анализируя выбор этих средств современного социального взаимодействия, можно сделать вывод об их гендерной маркированности [Гриценко 2005].

Исследованием гендера в рамках языкознания занимались такие ученые, как: Н.В. Вязигина [Вязигина 2013], Н.В. Дутова [Дутова 2014], А.М. Прима [Прима 2013], Е.Д. Назарова [Назарова 2009], К.С. Волошина [Волошина 2010] и др.

Наибольший интерес для нашего исследования представляет оппозиция **гендер – пол** (gender – sex), где *пол* – это «врожденный бинарный признак», а *гендер* – «признак, конструируемый обществом» [Просунцова 2010]. Согласно данной оппозиции, гендерные различия, присущие мужчине и женщине, есть результат социализации, следования нормам, принятым в обществе.

В англо-русском словаре В. Мюллера слово «гендер» (“*gender*”) имеет три значения: грамматический род; разговорный вариант для слова «пол»; глагол, чаще всего присущий поэтической речи, «порождать» [Мюллер 2007]:

Gender [ˈdʒendə]

1. n

1) грам. род;

2) разг. пол;

2. v поэт. порождать.

Мы видим, что в английском языке слово «гендер» употребляется в качестве как существительного, так и глагола (способ словообразования: конверсия). Помимо этого, слово “gender” может быть прилагательным («гендерный»), как, например, в словосочетании “gender role” («гендерная роль»).

В русском языке под *гендером* понимают «совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает выполнять людям в

зависимости от их биологического пола» [Словарь гендерных терминов 2002].

Из приведенных дефиниций можно сделать вывод о том, что в русском языке трактовка понятия «гендер» однозначна (гендер как совокупность норм, дифференцированных по половому признаку), тогда как в английском, напротив, имеет несколько значений (гендер как грамматический род, пол, глагол «порождать»). Как видим, термины «гендер» и “gender” нельзя назвать эквивалентами, что обуславливается широтой данного понятия в английском языке. Однако в настоящем исследовании сужение упомянутых понятий до «гендерного стереотипа» и “gender stereotype” позволяет говорить об эквивалентности этих терминов в двух рассматриваемых языках.

Обратимся к определению понятия *«гендерный стереотип»*.

Согласно дефиниции Д.В. Воронцова, «гендерный стереотип – это устойчивые, повторяющиеся, общепринятые представления (мнения) о месте и исполняемых ролях того или иного гендера в обществе, а также о личности людей той или иной гендерной идентичности» [Воронцов 2010].

«Словарь гендерных терминов» под редакцией А.А. Денисовой дает следующее определение гендерным стереотипам: «гендерные стереотипы – сформировавшиеся в культуре обобщенные представления (убеждения) о том, как действительно ведут себя мужчины и женщины» [Словарь гендерных терминов 2002]. Сложившиеся гендерные стереотипы формируют «конкретные ожидания от того или иного пола» [Бойко 2022, с. 417].

Авторы приведенных дефиниций весьма схоже определяют гендерные стереотипы, предлагая понимать под ними «общепринятые представления» о поведении мужчин и женщин.

Словарь А.А. Денисовой перечисляет также основные *функции гендерных стереотипов*: «Стереотипы имеют обобщающую функцию, состоящую в упорядочивании информации; аффективную функцию (противопоставление “своего” и “чужого”); социальную функцию (разграничение “внутригруппового” и “внегруппового”), что ведет к социальной категоризации и образованию

структур, на которые люди ориентируются в обыденной жизни» [Словарь гендерных терминов 2002].

«Оксфордский словарь» [Oxford English Dictionary Online] дает несколько определений понятия “gender stereotype”:

1) индивидуальные представления о гендерных различиях в чертах характера и поведении, часто приписываемые результату процесса социализации;

2) стандартизированные представления о мужчинах и женщинах в культуре, особенно в СМИ, которые поляризуют различия между полами в основном в их физической форме, чертах характера, поведении и профессиях;

3) культурная система бинарных оппозиций концептов с гендерными коннотациями, такими как в традиционных западных культурах: активный / пассивный, разум / тело, рассудок / эмоция, объективный / субъективный, публичный / индивидуализированный, культура / природа; в каждом случае первый элемент пары соответствует маскулинному гендеру; схожим образом действуют коннотации в оппозициях «прямой – уклончивый», «простой – вычурный, или экспрессивный», «буквальный, или денотативный – метафоричный, или коннотативный», «твердый – мягкий», «грубый – тонкий», «тяжелый – легкий»;

4) в стилях коммуникации гендеризация такова: инструментальная и целенаправленная коммуникация – маскулинный тип общения, экспрессивная и относительная коммуникация – фемининный.

Согласно данным определениям, гендерные стереотипы – это сложившиеся представления о мужчине и женщине, чаще всего бинарного характера. Помимо этого особым образом в словаре выделяется роль СМИ, которая зачастую «поляризует черты, присущие противоположным полам» [Oxford English Dictionary Online].

Как видим, определения гендерных стереотипов в отечественной среде и за рубежом во многом схожи.



Размышляя над *условиями, влияющими на формирование гендерных стереотипов* в современном обществе, обратимся к возможной этимологии данного феномена. Истоки его можно обнаружить в древности. Уже в первобытном обществе существовало разделение труда по половому признаку: мужчине отводилась роль охотника, кормильца, защитника, а женщине – роль матери, хранительницы очага.

Некоторое разграничение в чертах характера по половому признаку присутствует в Библии. Так, в Ветхом Завете наблюдается тенденция к принижению положения женщины, она остается «в тени» [Кустодиев 1999]. Это может быть обусловлено грехопадением человека по вине представительницы слабого пола, но так или иначе женщине отводилась второстепенная роль. Вспомним, что женщина была создана из ребра Адама, да еще с указанием на ее зависимое по отношению к мужчине положение: «Нехорошо быть человеку одному, сказал Господь Сам в Себе; сотворим ему помощницу, подобную ему» [Бытие 2:18].

Вторая Маккавейская книга содержит следующие строки: «Исполненная доблестных чувств и укрепляя женское рассуждение мужеским духом, она поощряла каждого из них на отечественном языке...» [Ветхий Завет. 2 Маккавейская 7:21]. В данной фразе, как нам представляется, заключен такой смысл: будучи женщиной, она (мать) сохраняла рассудительность, присущую осторожным женщинам, и внутреннюю силу, зачастую приписываемую мужчинам. Отсюда следует, что во времена Ветхого Завета существовала некоторая гендерная типизация.

В Новом Завете положение женщины несколько улучшилось: представителей прекрасного пола можно было наблюдать среди последователей и приближенных Христа, где они воспринимались на равных с мужчинами. Кроме того, первыми Сына Божьего увидели женщины (Мария Магдалина и Дева Мария). Именно жене Понтия Пилата, Клавдии Прокула, снится пророческий сон, в котором распинают Иисуса, после чего она предостерегает мужа. В Евангелии женщинам приписываются интуитивные способности, тогда

как мужчины, скорее, руководствуются здравым смыслом, логическими рассуждениями.

Обращаясь к древней философии, можно вспомнить, что известная древнекитайская философская концепция о взаимодействии полярных сил инь и ян предполагала соотнесение этих понятий с мужским и женским началами: «В древнекитайской мифологии и натурфилософии темное начало (инь) и противоположное ему светлое начало (ян) всегда выступали в парном сочетании. Первоначально инь означало, видимо, теневой (северный) склон горы. Впоследствии при распространении бинарной классификации инь стало символом женского начала, севера, тьмы, смерти, земли, луны, четных чисел и т.п. А ян, первоначально, видимо, означавшее светлый (южный) склон горы, соответственно стало символизировать мужское начало, юг, свет, жизнь, небо, солнце, нечетные числа и т.п.» [Рифтин 1991].

В Древней Греции и Риме половые различия изучали в области соотношения категорий пола (“sexus”) и грамматического рода (“gender”). Исследованием данного соотношения занимаются многие ученые и по сей день. Так, неоднократно было доказано, что наличие в языке грамматического рода влияет на восприятие окружающего мира носителями этого языка: в зависимости от грамматического рода говорящие приписывают предметам мужские или женские характеристики (к вопросу “Does language shape thought?”) [Boroditsky 2001].

Говоря о пространстве искусства (и таких его видах, как литература, музыка, скульптура, живопись, киноискусство и др.) и беря во внимание ранее сказанное об этимологии гендерных различий, можно предположить, что особенности изображения в культурном пространстве гендера были предопределены исторически: социум диктовал и диктует определенные правила поведения в зависимости от пола, и искусство как определенное отражение реальности не может упустить это из виду.

Например, классическим в живописи, скульптуре является изображение мужчины сильным, мускулистым, воинственным, а женщины – хрупкой,

томной, привлекательной, незащищенной. Вспомним скульптуру Мирона «Дискобол», «Статую Давида» Микеланджело, рельеф Трона Лудовизи «Рождение Афродиты», скульптуру Лисиппа «Геракл Фарнезский», картину Боттичелли «Рождение Венеры», картину Рени «Самсон-победитель» и др.

В литературе и музыке (здесь мы имеем в виду музыкальные тексты) изображение мужчины и женщины также зачастую носит типизированный характер. В качестве примера можно привести таких литературных героев: Агафья Матвеевна Пшеницына («Обломов» И.А. Гончарова), Роберт Локамп и Патриция Хольман («Три товарища» Э.М. Ремарка), Роберт Джордан и Мария («По ком звонит колокол» Э. Хемингуэя), Николай Андреевич Болконский и Лиза Болконская («Война и мир» Л.Н. Толстого). Среди музыкальных композиций, содержащих примеры гендеризации, можно назвать следующие: «Вервольф» (группа «25/17»), «Henry Lee» (Nick Cave and «The Bad Seeds»), «Сумка», «Бабу буду» (группировка «Ленинград»), «Франция и я», «Женщина-пиявка» (кабаре-бэнд «Серебряная свадьба») и др.

Появлению стереотипов в мире кинематографа немало способствовало существование так называемых кинообраза и амплуа. Толковый словарь Т.Ф. Ефремовой дает следующее определение понятия «амплуа»: «Специализация актера на исполнении ролей, наиболее соответствующих его внешним сценическим данным, характеру дарования» [Новый толково-словообразовательный словарь русского языка 2000].

Всем известны, например, такие гендерно окрашенные амплуа, как герой-любовник (Паратов, «Жестокий романс», 1984 г.), мачо (главный герой «Крепкого орешка», 1988 г.), молодая кокетка (Китти, «Анна Каренина», 2013 г.), невинная барышня (Лариса, «Жестокий романс», 1984 г.), роковая красавица (главная героиня картины «Малена», 2000 г.).

Указанные амплуа, безусловно, обладают ярко выраженной гендерной типизацией и влияют на формирование определенных представлений о характеристиках противоположных полов, т.е. гендерных стереотипов у кинозрителей.

Кинообраз – понятие, в чем-то очень близкое амплуа. Вот как отзывался об образе известный режиссер А.А. Тарковский: «...образ есть наиболее полное выражение типического, но чем более полно он стремится его выразить, тем индивидуальнее, уникальнее должен становиться сам по себе. Фантастическая вещь – образ! В определенном смысле он гораздо богаче самой жизни – пожалуй, в том смысле, что выражает идею абсолютной истины» [Тарковский 2001]. По мнению Андрея Арсеньевича, образ, будучи типизированным выражением реальности, все же не теряет черты индивидуальности, он справедлив по своей природе, так как подчеркнуто ярко выражает те или иные характерные черты персонажей произведений искусства и киноискусства, в частности.

Итак, кинообраз и амплуа, будучи выражением типических черт характера и облика человека, в частности, определенного гендера, безусловно, способствовали формированию гендерных стереотипов в кинодискурсе (или, лучше сказать, послужили источником).

Обратимся к вопросу *структурирования гендерных стереотипов*. К данной проблеме обращались такие ученые-исследователи, как: К. Уэст, Д. Зиммерман, И.С. Клецина, М.А. Семенова и др.

К. Уэст, Д. Зиммерман [Уэст, Зиммерман 2000] и И.С. Клецина [Клецина 1998] выделяют три группы гендерных стереотипов: 1) стереотипы маскулинности-фемининности, где мужчине и женщине приписываются определенные психологические свойства личности; 2) стереотип закрепления социальных ролей за противоположными полами (семейная роль для женщины, профессиональная – для мужчины); 3) стереотипность в разделении труда (труд женщин носит обслуживающий характер, тогда как труд мужчины – созидательный).

М.А. Семенова различает также четвертую группу, «связанную с потребительскими практиками» [Семенова 2012].

Шопинг, по ее мнению, – часть социальной роли домохозяйки, зачастую приносящая ей удовольствие. Мужчина же воспринимает процесс похода по магазинам как нечто необходимое, практически полезное.

На эти три (а вместе со стереотипизацией отношения к шоппингу – четыре) группы можно разделить все существующие гендерные стереотипы, и в дальнейшем в нашей работе мы будем опираться на них при классификации примеров таких стереотипов, присутствующих в кинодискурсе.

Мы уже упомянули, что гендерные стереотипы – повсеместное явление в современной западной и отечественной культуре, не только кинематографической, но и литературной, изобразительной, музыкальной. В каждой из этих культурных традиций можно найти массу примеров гендерных стереотипов, где мужчине и женщине обычно приписываются такие бинарные характеристики, как «логичность – интуитивность», «конкретность – абстрактность», «грубость – нежность», «возвышенность – приземленность», «инструментальность – экспрессивность», «активность – пассивность» и т.д., присущие мужчине и женщине соответственно. Так, бинарная оппозиция «активность – пассивность» подразумевает стереотипное представление о том, что мужчина – активный создатель, деятель, а женщина, напротив, пассивный наблюдатель без креативной составляющей (ей может отводиться роль вдохновительницы, музы). Например, женщины в отличие от мужчин редко стремятся проявлять лидерские качества: «...британские женщины-политики не стремятся стать “лидером” коммуникативной ситуации. Им важно изложить суть проблемы, в то время как мужчины, помимо решения основной своей задачи, стремятся продемонстрировать определенную собственную силу и тот факт, что они владеют ситуацией...» [Моногарова 2020, с. 114]. Эти характеристики, вошедшие в разряд стереотипов, можно назвать справедливыми, ведь они отвечают общепринятым представлениям об образах мужчины и женщины.

По нашему мнению, гендерный стереотип можно сравнить с крупным планом в кино. Основанием данного сопоставления служит тот факт, что и крупный план, и стереотип – заострение внимания на той или иной особенности в гротескной форме. Например, руки героя картины, взятые крупным планом, могут стать поэтической деталью, позволяющей зрителю сделать некоторые выводы об их обладателе: о его возрасте, социальном положении, иногда

профессии и т.д. Гендерные стереотипы, в свою очередь, также зачастую становятся некой поэтической деталью, дающей представление о характере героя, возможность предугадать его дальнейшие действия.

Поднимая вопрос *о справедливости и ложности гендерных стереотипов*, стоит отличать ложные стереотипы от стереотипов, которые искажаются в дискурсе, в частности, в кинодискурсе. Последние – это те же справедливые стереотипы при условии, что типические характеристики, обычно присущие тому или иному гендеру, приписываются в киноповествовании противоположному полу. Почему же они все еще остаются справедливыми, при всем своем несоответствии общим правилам и представлениям о поведении или облике определенного пола? Это объясняется следующим: понимание того, что стереотип намеренно ломается может прийти только при осознании этого противоречия: изображаемые характеристики расходятся с общепринятыми взглядами на тот или иной пол.

Ложный стереотип отнюдь не является синонимом стереотипа, который ломается в киноповествовании. Хотя оба не соответствуют действительности, первый есть следствие общественного заблуждения: в силу недостаточного или недостоверного знания стереотип понимается неправильно и со временем, даже при условии обнаружения подобного заблуждения, он, устоявшись, входит в разряд правила и получает распространение.

Существование подобных ложных стереотипов, безусловно, влияет на формирование определенной ячейки в картине мира кинореципиента, ячейки, отвечающей за хранение сведений об определенном гендере, его основных характеристиках, чертах характера и манере поведения. Кинореципиент, выйдя из зрительного зала (если, конечно, он не является кинокритиком, или не занимается другим связанным с киноиндустрией делом, или если увиденная картина не затронула его настолько, что он посвящает ей часы досуга, размышляя над произошедшим на экране), перестает быть зрителем, забывает о кинофильме (по крайней мере на сознательном уровне) и погружается в повседневную рутину, взаимодействует с окружающим миром, коммуницирует

и невольно переносит замеченные на экране стереотипы (ложные и справедливые) на общество. В этой связи можно говорить о безусловном влиянии киноискусства на сознание.

Говоря о стереотипах, которые ломаются, намеренно искажаются в киноповествовании, стоит отметить, что все чаще и чаще в кино присутствуют амплуа сильных женщин, обладающих небольшим эмоциональным диапазоном (в противовес экспрессивным и даже порой экзальтированным женским персонажам, часто изображаемым в кинофильмах), и амплуа чувствительных, ранимых мужчин с тонкой душевной организацией.

Потребность в новых словах подчеркивает социальное измерение языка. Что касается недавно созданных гендерных слов, то они не только нацелены на описание новой реальности, которой можно поделиться с другими, но также затрагивают социальную проблему гендера и его текущее описание в языке. Что еще более примечательно, гендерные новообразования в языке выявляют некоторые противоречия. В то время как растущая лингвистическая литература по гендеру показывает, насколько проблематичен гендерно-ориентированный язык, что поощряет языковые изменения за счет использования нейтральных форм, новые словосочетания могут показаться противоречащими этому призыву к нейтрализации, поскольку они образуются на основании таких лексем, как *mum*, *mum*, *she*, *he*, *guy*, *bro* или *girl*.

Неологизмы кинодискурса в реалиях XXI в. зачастую не лишены гендерного компонента, призванного подчеркнуть специфику (или универсальность) того или иного феномена с точки зрения пола. Дефиниция и / или контекстное поле отдельно взятого неологизма в условиях современного политкорректного мира может указывать на наличие такого гендерного компонента. Транслируемые такими гендерно-окрашенными неологизмами гендерные стереотипы могут быть как справедливыми, так и искаженными. В кинематографическом дискурсе также присутствует такая «крайняя поляризация гендерных ролей» [Busso, Vignozzi 2017, p. 71].

Описывая специфику гендерных неологизмов, О. Фубер и М. Лемменс выделяют такие их группы [Foubert, Lemmens 2018]:

1) “male equivalence” (мужской эквивалент): относится к неологизмам, обозначающим мужскую версию того или иного феномена (например, “manorexia”, определяемая как «мужская версия нервной анорексии» [Urban Dictionary]);

2) “exclusion of women” (исключение женщин): относится к неологизмам, которые явно исключают женщин (например, в дефиниции “man flu” (мужской грипп) разъясняется: «женщины не заражаются мужским гриппом» [Urban Dictionary]);

3) “reinforcement of the male aspect” (усиление мужского аспекта): относится к неологизмам, которые подчеркивают мужской аспект (например, лексема “man beard”, определяемая как «образцовое проявление мужественности» [Urban Dictionary]);

4) “majority of men” (большинство мужчин): относится к неологизмам, обозначающим вещи, которые больше применимы к мужчинам, чем к женщинам (например, лексема “manconomics” определяется как «класс экономики, в котором в основном доминируют мужчины» [Urban Dictionary]);

5) “male explanation” (мужское объяснение): относится к неологизмам, обозначающим (в основном нежелательное) поведение, объясняемое тем, что оно является мужским (поскольку они мужчины, они действуют определенным образом) (например, “manterrupt”: тип гендерного буллинга, сродни “mansplaining”, при котором мужчина постоянно перебивает женщину или женщин, доминируя в разговоре);

6) “female equivalence” (женский эквивалент): относится к неологизмам, обозначающим типичный мужской аспект женской сущности (например, “manscapers” (man + biceps), определяемый как «неженское состояние, при котором руки выглядят явно мужскими» [Urban Dictionary]);



7) когда неологизмы не относятся к типичному мужскому аспекту, делаются нейтральные ссылки на женщин, как в “man book”: романтический роман для женщин;

8) “neutral relation” (нейтральное отношение): касается мужских неологизмов, охватывающих как мужчин, так и женщин, но все же относящихся к мужчинам, как, например, в случае с “man stoopid”, обозначающем акт глупости, который обычно совершают только мужчины, но который может быть совершен и мужчинами, и женщинами.

В практической части мы проанализируем англоязычные неологизмы в кинодискурсе на предмет выявления в их дефинициях и контекстном поле гендерно окрашенных черт – указаний на специфику или универсальность пола, гендерные стереотипы (справедливые или искаженные).

Приоритетные методы выявления и анализа гендерно окрашенных неологизмов в кинодискурсе для нас: метод контекстологического описания и описательный метод. Контекстуальный метод был применен с целью установления особенностей актуализации изучаемых гендерно окрашенных неологизмов в исследуемом типе дискурса; описательный метод – для выявления характерных особенностей гендерно окрашенных неологизмов в кинодискурсе.

## ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 2

1. Некоторые ученые приветствуют языковые изменения, соотнося их с естественным процессом языкового развития, другие считают, что неологизмы не обогащают язык, а, напротив, приводят к его упадку, так как часто они являются заимствованиями из других языков или отдаляют от литературного языка, который использовали великие писатели, либо просто выступают против неологизмов за их инновационность как таковую, не доказавшую свою состоятельность, необходимость, жизнеспособность.

Отдавая дань уважения обеим точкам зрения, авторы данной работы оценивают появление неологизмов, скорее, положительно. Слова несут на себе

печать времени, и лексические новообразования демонстрируют это особенно ярко.

2. В данной главе также были рассмотрены различные подходы к определению неологизмов. Были изучены дефиниции Д.Н. Ушакова, Д.Э. Розенталя, Л.И. Тимофеева и С.В. Тураева, определение кембриджского словаря, которые едины в выделении основной отличительной характеристики неологизма – новизны (новое слово либо новое значение уже существовавшего слова). Были также сопоставлены понятия «неологизм» и «неоним», где второй является обозначением терминологических неологизмов.

3. Помимо этого были рассмотрены понятие, предмет и направления неологии, из которых наибольший интерес для нашего исследования представляет психолингвистическая теория. Данная теория рассматривает неологизм как явление, связанное с мышлением и когнитивной деятельностью человека. Таким образом, психолингвистическая теория учитывает в том числе выработанные в социуме системы норм и оценок, к которым мы обращаемся в рамках нового кинокабуляра.

4. Нами было обращено внимание на критерии неологичности, среди которых называют инновационность, антропоцентрико-хронологический критерий (новыми словами являются слова, возникшие на памяти применяющего их поколения), незакрепленность новых слов в словарях (данный критерий оспаривается многими авторами и все больше утрачивает свое значение в эпоху цифровизации и глобализации Интернета), критерий функционирования в востребованных понятийных сферах.

В данной главе были представлены классификации неологизмов: неологизмы-слова (лексические неологизмы) и неологизмы-значения (семантические неологизмы) (Н.М. Шанский); новые словообразования (*new coinages*), производные слова (*derived words*), аббревиатуры (*abbreviations*), словосочетания (*collocations*), эпонимы (*eponyms*), фразовые слова (*phrasal words*), адаптированные заимствования (*transferred words*), акронимы (*acronyms*),

псевдонеологизмы (pseudo-neologisms) и интернационализмы (internationalisms) (П. Ньюмарк) и др.

5. Существует и иное разделение неологизмов на типы (общеязыковые и авторские, или индивидуально-стилистические, фонологические, морфологические, лексические, семантические, фразеологические, визуальные, узуальные и неuzuальные неологизмы), однако все другие классификации сужают данную Н.М. Шанским типологию.

6. Уделено внимание понятиям «гендер» и «гендерный стереотип». Вслед за Н.П. Просунцовой нами отмечено, что гендер следует отличать от пола: пол – это «врожденный бинарный признак», а гендер – «признак, конструируемый обществом». Гендерный стереотип – сложившееся в обществе представление о поведении и облике представителя того или иного пола. Авторами данной работы были сделаны предположения о возможных условиях, влияющих на формирование гендерных стереотипов, об их историческом становлении (истоки можно найти в Библии, древней философии, искусстве).

7. Вслед за К. Уэстом, Д. Зиммерманом и М.А. Семеновой были определены группы гендерных стереотипов: 1) стереотипы «маскулинности – фемининности», где мужчине и женщине приписываются определенные психологические свойства личности; 2) стереотип закрепления социальных ролей за противоположными полами (семейная роль для женщины, профессиональная – для мужчины); 3) стереотипность в разделении труда (труд женщин носит обслуживающий характер, тогда как труд мужчины – созидательный); 4) стереотип, связанный с потребительскими практиками. При рассмотрении вопроса о справедливости и ложности гендерных стереотипов было предложено отличать ложные стереотипы от стереотипов, которые искажаются в дискурсе, в частности, в кинодискурсе. Последние – это те же справедливые стереотипы, при условии, что типические характеристики, обычно присущие тому или иному гендеру, приписываются в киноповествовании противоположному полу. Ложный стереотип отнюдь не является синонимом стереотипа, который ломается в киноповествовании. Хотя оба не соответствуют

действительности, первый есть следствие общественного заблуждения: в силу недостаточного или недостоверного знания стереотип понимается неправильно и со временем, даже при условии обнаружения подобного заблуждения, он, устоявшись, входит в разряд правила и получает распространение.

### ГЛАВА 3. ГЕНДЕРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НЕОЛОГИЗМОВ АНГЛОЯЗЫЧНОГО КИНОДИСКУРСА В СЕМАНТИКО- АКСИОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В практической части работы мы рассмотрим отдельные группы неологизмов англоязычного кинодискурса: неологизмы, именующие участников кинодискурса; неологизмы, именующие киножанры; неологизмы, характеризующие процесс создания кино и его восприятия, приемы и побочные продукты киноиндустрии (Рисунок 3). Основанием для отнесения рассматриваемых лексем кинодискурса к неологизмам является тот факт, что в научной литературе критериями неологичности считаются новизна (появление нового слова или нового значения), нерегулярность использования большинством ораторов и писателей (в данном случае зрителями и кинокритиками), воспринимаемость слова носителем как незнакомое, а каждая из анализируемых лексических единиц отвечает хотя бы одному из этих критериев. Помимо тематической классификации авторы данной работы также делят рассматриваемые неологизмы англоязычного кинодискурса на основании гендера: маскулинные, фемининные, гендерно-нейтральные.

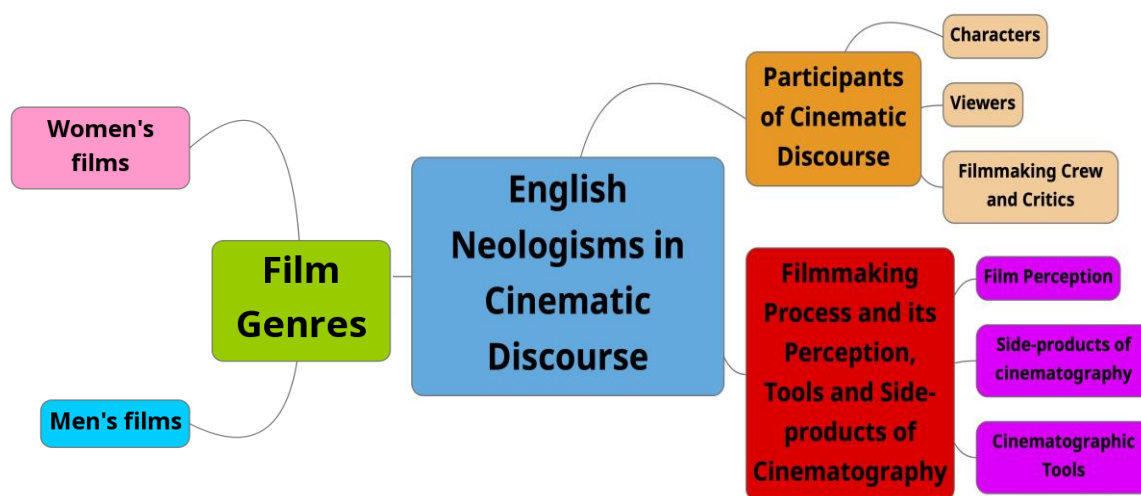


Рисунок 3 – Интеллект-карта рассматриваемых в работе групп неологизмов

### 3.1 Неологизмы, именующие участников кинодискурса

В данном параграфе мы обратимся к неологизмам, именующим участников кинодискурса (Рисунок 4), к которым относим создателей кинокартины, кинореципиентов (зрителей), персонажей киноленты, актеров, критиков (общее количество – 150 единиц).

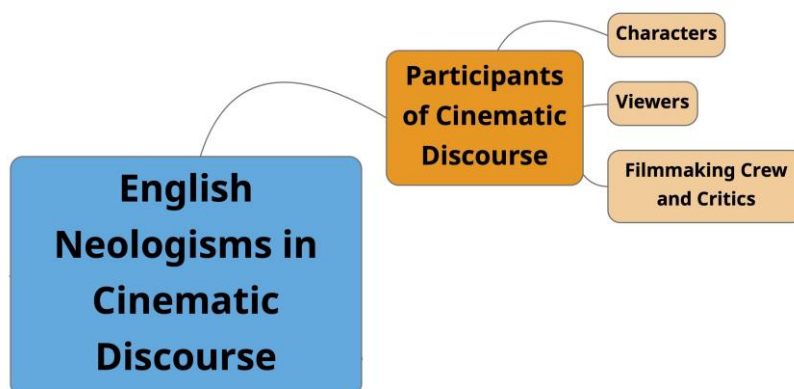


Рисунок 4 – Классификация групп неологизмов, именующих участников кинодискурса

#### *Неологизмы, именующие персонажей кино*

Среди неологизмов, характеризующих *персонажей кино*, первым упомянем “*Shero*” – “a female hero, especially one who supports women’s issues” [Cambridge Dictionary] («герой женского пола, особенно тот, кто уделяет внимание женским проблемам»). И хотя многие оспаривают данное понятие, считая, что персонаж этимологически не мотивирован (ведь слово “hero” – греческого происхождения, а значит, компонент “he” не может указывать на гендер как в английском языке), “shero” встречается довольно часто. Это понятие стоит отличать от понятия “heroine” (героиня) по двум причинам: во-первых, героиня – это исключительно персонаж женского пола, тогда как “shero” может быть использовано и по отношению к мужчине [Urban Dictionary] (если он выступает за равноправие полов и / или защиту прав женщин); во-вторых,

«героиней» называют главного женского персонажа, тогда как “shero” – это персонаж, либо выступающий за права женщин, либо своими действиями доказавший, что женщина – отнюдь не представитель «слабого пола» («Лара Крофт: Расхитительница гробниц» (2001), «Эон Флакс» (2005)). Понятие “hero” (герой), изначально гендерно-нейтральное, из-за созвучия с английским местоимением “he” в современном политкорректном пространстве приобретает маскулинную окраску и все чаще используется для героев мужского пола.

Оттолкнуть зрителя может не только непрофессионализм актеров, но и наличие в кинокартине непривлекательных персонажей. Одним из них является “*Mary Sue*” (Мэри Сью) – “a female character invented by the author who is so perfect as to be annoying” [Urban Dictionary] (женский персонаж, придуманный автором, который настолько совершенен, что раздражает). «К таким персонажам можно отнести Рэй в «Звездных войнах» (2015), Гермиону в «Гарри Поттере» (2001–2011), Нину в «Черном лебеде» (2010)» [Катермина, Бирюкова 2020, с. 10]. Гендерный антипод Мэри Сью – “*Marty Stu*” (также “*Gary Stu*”) – seemingly perfect character with no flaws, or who always overpowers other characters [Urban Dictionary] (кажущийся идеальным мужской персонаж без недостатков, который всегда побеждает других персонажей). «Примерами таких персонажей можно назвать Уолтера в «Разрисованной вуали» (2006), Эдварда Каллена в «Сумерках» (2008), Эдди в фильме «Джуманджи: Новый уровень» (2019)» [Катермина, Бирюкова 2020, с. 11]. Как видим, в дефиниции “Marty Stu” не содержится явного негативного подтекста, однако такая лексема, как “seemingly”, настораживает, равно как и подобная безупречность героя.

Стоит отметить, что Мэри Сью порой используется как гендерно нейтральное наименование персонажей: “Several bloggers have claimed that Blomkvist, whose career parallels that of his author, is Larsson's ‘Mary Sue’, an alter ego too beloved to be truly *flawed*” [Seltzer 2010] («несколько блоггеров заявили, что Блумквист, чья карьера параллельна карьере его автора, – это “Мэри Сью” Ларссона, альтер эго, слишком любимый персонаж, чтобы быть несовершенным»).

Если Марти (Гари) Стью является воплощением маскулинности – он сильнее, быстрее, обаятельнее всех, то с Мэри Сью дело обстоит несколько сложнее. Мэри Сью обычно умнее и привлекательнее других персонажей, однако многие негативно воспринимают данного героя, считая подобную безупречность нереалистичной и оскорбляющей чувства женщин, которые не лишены недостатков. В «Дневнике писателя» Ф.М. Достоевского упоминается феномен отталкивающего положительного героя: «Весь недостаток его в том, что автор немного слишком полюбил его, слишком положительно его выставил. Отнесись он к нему поотрицательнее – и впечатление читателя вышло бы более в пользу излюбленного им героя» [Достоевский 1873, с. 179]. Ранее в кинематографических кругах использовались лексемы “*ingenue*” (положительный женский персонаж, молодая и наивная девушка) и “*juvenile*” [Film Terms Glossary] (положительный мужской персонаж, гендерная противоположность “*ingenue*”), однако они использовались в позитивном ключе: данные персонажи были не лишены недостатков, а потому выглядели реалистично.

Существует также “*Purity Sue*”, персонаж, которого автор намеренно сделал чересчур позитивным. Purity Sue может быть мужчиной или женщиной без существенной разницы, однако наблюдается сильная тенденция к воплощению подобных героев в женском облике [TV Tropes].

В этом же ряду стоит также упомянуть неологизмы “*Black Hole Sue*” (героиня, привлекающая всё внимание и заставляющая других персонажей меняться, приспособившись к ней), “*Canon Sue*” (дублер автора, который является Мэри Сью, эскапистский персонаж для автора), “*Possession Sue*” (автор фанфиков превращает канонического персонажа (Canon Sue) в свой собственный авторский аватар (Author Avatar – см. далее)),

Наряду с Мэри Сью и Марти Стью отметим неологизм “*Knight Templar*” (“A villain who thinks they're the hero” [TV Tropes]). Данный персонаж ослеплен (“get blinded” [TV Tropes]) собой и своими идеалами, и эта крайность (“extreme” [TV Tropes]) превращается в тираническую социопатию (“tyrannical



sociopathy” [TV Tropes]). Они считают себя безоговорочно правыми и совершенно беспощадны к тем, кого считают злом. «Рыцари-тамплиеры» склонны считать все преступления равными. Самые легкие правонарушения, даже переход дороги в неполюженном месте, влекут за собой такие суровые наказания, как тюремное заключение, казнь или вечные пытки [TV Tropes]. Такие лексемы, как “get blinded”, “extreme”, “tyrannical sociopathy” имеют негативную окраску. Описание таких персонажей весьма универсально и может быть применимо к героям как мужского, так и женского пола. Схожим персонажем, однако гендерно определенным, является “*Barrier Maiden*” (“the human key to the world's safety” [TV Tropes]), считающая себя ключом к безопасности мира.

В ряду отталкивающих персонажей стоит упомянуть “*The Scrappy*” (“a character consistently and unintentionally hated by fans of the work for narrative reasons” [TV Tropes]) – персонаж, которого зрители ненавидят и даже организовывают “hatedoms”. Такие персонажи не нравятся публике потому, что они плохо прописаны или отвлекают внимание от повествования. Если персонаж не нравится из-за играющего его актера, то его можно назвать “*X-Pac Heat*” (“the audience hates the performer instead of the character” [TV Tropes]). X-Pac Heat может возникнуть если у актера есть политическая власть за кулисами или если он ужасно играет [TV Tropes]. Описание данного персонажа является гендерно-нейтральным и может быть применимо к как героям мужского пола, так и женского.

Другими неологизмами с коннотативно окрашенным компонентом, называющими типичных персонажей кинофильмов, являются “*Manic Pixie Dream Girl*” (“MPDG”) (Рисунок 4) и его гендерная противоположность “*Manic Pixie Dream Guy / Boy*” (“MPDB”). Маниакальная девушка-мечта (MPDG) – понятие, придуманное кинокритиком Натаном Рабином после просмотра «Элизабеттауна». Таким образом он предложил называть симпатичных, общительных, эксцентричных героинь, созданных воображением чувствительных писателей-режиссеров. Единственная цель такой героини –

помочь задумчивым мужским персонажам развлечься и получить удовольствие от жизни [Urban dictionary]. Описание девушки-мечты имеет положительную окраску, однако акцент делается на иллюзорности, неправдоподобной идеальности данного образа (“exists *solely* in the *fevered imaginations* of sensitive writer-directors” [Urban dictionary]). Маниакальная девушка-мечта (MPDG) является идеализированным женским персонажем: “she's stunningly attractive, energetic, high on life, full of wacky quirks and idiosyncrasies (generally including childlike playfulness), often with a touch of wild hair dye” [TV Tropes]. Такой персонаж транслирует фемининный стереотип (“attractive”, “energetic”, “high on life”). Сходным понятием является “*Perky Female Minion*” – such characters “have an upbeat, “*Genki Girl*” (possessed of an over-abundance of energy) personality, in sharp contrast to the (usually male) Big Bad (the cause of all bad happenings in a story) she serves, who will be gloomy” [TV Tropes]. Снова наблюдаем использование лексем, указывающих на эмоциональность как типичную женскую черту. Живость и энергичность таких героинь часто противопоставляется мрачности мужских персонажей. Вспомним главного героя фильма «Элизабеттаун» – Дрю, с которым связывают появление понятия «маниакальная девушка-мечта». Дрю – задумчивый, проявляющий мало эмоций на публике парень: “Our narrator’s thoughtful voice belongs to Drew”, “the voice continues helpfully, calm but resigned” [Crowe 2003]. В то время как Клер (главная героиня «Элизабеттауна») – полная ему в этом противоположность: “she is an intent listener, nodding slightly, collecting information like a detective assembling clues to a murder” [Crowe 2003, p. 25], “that’s so funny it makes me cry” [Crowe 2003, p. 68].

*(Manic Pixie Dream Girls)*

Рисунок 5 – Образы девушки-мечты из различных фильмов

Подобное описание женского персонажа встречается в парном наименовании героев *“Savvy Guy / Energetic Girl”* – this is a potential pairing (platonic or otherwise) between a pragmatic guy and a girl who is very full of energy; *“Gleeful and Grumpy Pairing”* / *“The Pollyanna and the Cynic”* (the optimist can bring out the best in the grump... Or it could backfire, and the grump could bring out the worst in the optimist) [TV Tropes].

Существует несколько парных наименований персонажей противоположных полов с элементом образности. Одно из них – *“Female Feline / Male Mutt”* (кошка / пёс): “It seems whenever cats and dogs are paired together, the dog will almost always be male while the cat will almost always be female” [TV Tropes]. Характеры таких героев зачастую являются противоположными – кошка нахальна (“sassy”), умна (“intelligent”), ехидна (“catty”), иногда жестока (“cruel”), а пёс груб (“crude”), добр “kind”, иногда свиреп (“savage”) [TV Tropes]. Другое парное наименование – *“Male Sun / Female Moon”* (Солнце-мужчина / Луна-женщина): “A male character

associated with the sun may be a fierce, strong yet warm-hearted fighter while a female character associated with the moon may be a beautiful Proper Lady with an air of mysteriousness and an aloof demeanour” [TV Tropes]. Еще одно парное наименование персонажей – “*Water is Womanly / Fire is Masculine*”: “In modern works, characters who wield water or are associated with it will be feminine in some way, such as by being the Team Mom, a Proper Lady, or some other form of Girly Girl”, “Whether through male / masculine characters wielding fire, visually representing passion and determination with a burning flame or the number of times an explosion goes off in a testosterone action movie, there is clearly a long tradition of associating fire with maleness or masculinity”. Также существует гендерная оппозиция “*Female Angel / Male Demon*”: “In works featuring both angels and demons, most of the time the angel will be female (or at least more feminine or androgynous) and the demon will be male (or at least more masculine)” [TV Tropes]. Ангелы зачастую изображаются прекрасными (“beautiful”), утонченными (“refined”), милосердными (“merciful”) и благородными (“noble”) созданиями, в то время как демоны обычно уродливы (“ugly”), грубы (“rude”), неотесанны (“crude”) и черствы (“callous”) [TV Tropes].

Говоря об образности, помимо упомянутых парных наименований, стоит отметить такие символы женственности, указанные на сайте TV Tropes, как “*flowers*” (“In fiction, flowers are often used to symbolize a character's gentle or docile nature” [TV Tropes]), “*harp*” (“The harp's crystalline and delicate tones, as well as its graceful shape, will emphasize the femininity of the woman playing it. As such, harp-playing women in fiction are usually important to the plot” [TV Tropes]).

В противовес перечисленным эмоциональным женским персонажам существует “*Emotionless Girl*”. Этот персонаж не проявляет в открытую свои эмоции по тем или иным причинам. Зачастую они скрывают любые признаки эмоциональности из-за страха быть проигнорированными и охарактеризованными как истеричная женщина (“it's common for one of these characters to have had to hide any signs of emotionality, often for fear of being disregarded and written off as a hysterical woman” [TV Tropes]). Что касается

возможности отнесения “Emotionless Girl” к числу неологизмов, авторы работы пришли к заключению, что в качестве общего наименования определенного типа героини данное понятие начали использовать относительно недавно. Согласно упомянутому веб-сайту TV Tropes, “Emotionless Girl” является распространенным ответом на стереотип о чрезмерно эмоциональных женщинах. Безэмоциональная девушка – загадочный женский персонаж, который кажется совершенно бесчувственным.

Существует женский персонаж, в котором в равной степени присутствует эмоциональность и отстраненность – “*Sugar and Ice Girl / Sugar-and-Ice Personality*”. У Сахарно-ледяной личности есть две разные стороны: одна холодная и отстраненная, а другая более теплая и открытая (“has two distinct sides, one cold and distant, the other warmer and more open” [TV Tropes]). В некоторых случаях различия между двумя аспектами личности персонажа настолько радикальны, что это может шокировать. Часто эта крайняя полярность возникает из-за той или иной формы травмирующего опыта, хотя иногда она может означать раздвоение личности. Если первый неологизм (“Sugar and Ice Girl”) применим исключительно к персонажам женского пола, то второй (“Sugar-and-Ice Personality”) может использоваться по отношению к представителям обоих полов.

Реже своего гендерного антипода используется неологизм “*Manic Pixie Dream Guy / Boy*” (Рисунок 5), обозначающий “quirky, attractive, and misunderstood guy who values the female protagonist for something that isn’t related to her career or personal goals” [No Film School] (причудливый, привлекательный и сталкивающийся с непониманием парень, который ценит главную героиню за то, что не связано с ее карьерой или личными целями). Разница между MPDG и MPDB в том, что парень не обращает внимания на правила и не несет ответственности за свои действия (“doesn’t care about the rules and lacks any responsibility for his actions. He knows exactly what is wrong with the female protagonist’s life even if she doesn’t see this as a problem” [No Film School]). Он точно знает, что не так в жизни главной героини, даже если она не видит в этом

проблемы [No Film School]. В целом парень-мечта, как и девушка-мечта, представляется нереалистичным в своей идеальности: “constant spontaneous displays of affection are *unrealistic*” [No Film School].

Описание парня-мечты не содержит отсылок к эмоциональности, однако указывает на протестную натуру таких персонажей, что соответствует сложившимся представлениям о том, что женщины склонны подчиняться правилам, а мужчины, напротив, бросают вызов общепринятым установкам.



Рисунок 6 – Образы парня-мечты из различных фильмов / мультфильмов

Еще одним парнем-мечтой является “*Hunk*” – классический западный стандарт мужской привлекательности: красивый и мужественный (“handsome and manly” [TV Tropes]). Его лицо, как правило, квадратное и с острыми чертами, часто с выступающим подбородком (“squarish and sharp-featured, often with a prominent chin” [TV Tropes]). У него большие мускулистые руки и крупное туловище с тонкой талией и ярко выраженными мышцами (“big, well-muscled arms and a large torso with a slim waist with pronounced muscles” [TV Tropes]), толстые, мускулистые ноги (“thick, muscular legs” [TV Tropes]). Одежда

простая – узкие джинсы и майки, либо обтягивающие футболки (“tight jeans and <...> a tank top, tight T-shirt” [TV Tropes]), а для работы и официальных мероприятий – элегантный костюм (“for work and formal events, a smart suit is a given”). Такие лексемы, как “handsome and manly”, “well-muscled”, “muscular legs”, создают образ типичного парня, соответствующего общепринятым канонам мужской красоты.

“Hunk” – пример неологизма группы “reinforcement of the male aspect” (усиление мужского аспекта), объединяющей неологизмы, которые подчеркивают мужской аспект.



Рисунок 7 – Водитель в фильме «Драйв» как пример персонажа-Ханка (“Hunk”)

У “*Celibate Hero*”, Героя воздержания, есть дела поважнее, чем романтика (“has better things to do than romance” [TV Tropes]). В отличие от героя, у которого просто нет романтики, Герой воздержания сознательно и активно ее избегает. Он отворачивается от каждой потенциальной девушки и игнорирует проявления своего любовного интереса (“They turn away every potential Girl <...> and shut out the pleas of their official love interest” [TV Tropes]).

Героя воздержания не стоит путать с Героем целомудрия (“*Chaste Hero*”). Герой целомудрия – персонаж, обычно мужчина-подросток, совершенно не обращающий внимания на привлекательность женщин и романтику в целом (“a teenage male, who is completely oblivious to the appeal of women and to romance in general” [TV Tropes]). Флирт отвергается часто без малейшего смущения, потому что он совершенно не понимает его цели, а

сексуальные домогательства с раздражением отвергаются. Это объясняется недостаточной зрелостью персонажа либо его асексуальностью. И Герой воздержания, и Герой целомудрия чаще всего являются персонажами мужского пола, о чем говорит наличие в контекстном поле данных неологизмов таких оборотов и лексем, как “turn away every potential girl”, “male” соответственно.

Часто таких героев намеренно пытаются соблазнить привлекательные персонажи женского пола. Такой, например, является “*The Vamp*”, классический тип героини, красавица, которая использует свою женственность и сексуальность как оружие, чтобы подорвать нравственность и порядочность мужчины в корыстных целях [TV Tropes]. В описании этой героини используются такие фемининно окрашенные лексемы, как “*manipulatrix*” (манипуляторша), “*seductress*” (соблазнительница), а также дерогативные лексемы “*undermine*” (подорвать), “*evil purposes*” (злые намерения).

Противоположным Герою воздержания персонажем является “*Handsome Lech*” (“A conventionally attractive Casanova wannabe” [TV Tropes]). Он бесстыдный охотник за юбками (“shameless skirt chaser” [TV Tropes]). Однако, когда более негативные стороны личности этого персонажа становятся очевидными (безответственность, боязнь обязательств, возможное женоненавистничество и т.д.), это отпугивает потенциальных поклонников.

Еще одной героиней-соблазнительницей можно назвать “*Femme Fatale*” – страстную, очень привлекательную, но довольно опасную женщину. Контрастно (и все же довольно типично) описание этой героини, совмещающей прекрасное и опасное: “undeniable aura of sexiness and danger”, “manipulates and confuses”, “exploits with everything she's got to wrap men around her finger” [TV Tropes].

Схожим неологизмом, именующим роковой женский персонаж, является “*Alpha Bitch*” – самая популярная и наименее сносная девочка в школе. Описание данной героини содержит дерогативные лексемы: “looking down her nose”, “sneering”, “stealing your crush”, “humiliating you”. Alpha Bitch в зрелом возрасте – “*Obnoxious Entitled Housewife*” (“*Karen*”) (“An entitled,



privileged woman who annoys all her peers with her demanding attitude” [TV Tropes]). Такая героиня обычно светлокожая и гетеросексуальная, из среднего класса, чувствующая себя вправе требовать, чтобы весь мир соответствовал ее нуждам и предпочтениям. *“Girl Posse”* – схожий с *“Alpha Bitch”* персонаж женского пола, отличительной особенностью которого является наличие подруг, всюду следующих за ней.

Существует персонаж, чье «женское коварство» используется во благо – *“Heroic Seductress”*: «не каждая сексуальная девушка, фигурирующая в сюжете, – зло. Некоторые из них героичны; и не вопреки их сексуальности, а благодаря ей. Это девушки, использующие секс как инструмент или средство для достижения цели точно так же, как это делают *“The Vamp”* или *“Femme Fatale”*, с той разницей, что их цели благие» [TV Tropes]. Указание на благие цели (*“their goals are good”*) позитивно характеризует таких героинь, оттеняя и оправдывая их непристойное поведение.

Еще одной героиней, чья сексуальная невоздержанность, как правило, не порицается (данная особенность объясняется «непреодолимой потребностью, своеобразным стилем жизни, незлонамеренными гедонистическими интенциями» [TV Tropes]), является *“Good Bad Girl”* (схоже с понятием *“Ethical Slut”*) – «добросердечная девушка, которая беззастенчиво наслаждается беспорядочным сексом» [TV Tropes].

Другой неологизм, *“Apocalypse Maiden”*, именуется невинную героиню, которой суждено вызвать конец света. Описание таких персонажей носит оправдательный характер: подчеркивается, что героиня никак не в силах повлиять на печальный исход, невольной причиной которого она станет (*“they are completely innocent”*) [TV Tropes].

*“Unstable Powered Woman”*, приобретая силу (политическую, сверхъестественную или какую-то иную), теряет над собой контроль и становится причиной бед. Если Девушке-апокалипсису было предначертано судьбой принести конец света, то у *“Unstable Powered Woman”* есть причины для разрушительных событий, виновницей которых она станет. Возможно, она не

может контролировать эту новую силу, она ее пьянит, возможно, она была подавлена и изолирована с юных лет, что послужило основой для ее последующей нестабильности, возможно, событие, которое дало или пробудило ее сверхспособности, было очень травмирующим [TV Tropes].

Другим зачастую женским персонажем является *“Shrinking Violet”*, болезненно застенчивый и тихий, замкнутый персонаж, обычно, но не всегда женского пола, который ходит по школьным коридорам с опущенной головой и ничего так не хочет, как слиться с окружающим пейзажем, чтобы избежать всеобщего внимания, потому что считает, что его присутствие бесполезно или нежелательно.

Говорящее понятие *“Gossipy Hens”* используется для наименования группы женщин, чьей единственной целью в жизни является сплетничать о других людях, и это все, что они и делают на экране. В описании данных героинь используются такие дерогативные лексемы, как “say mean things”, “mess with the main characters' lives”, “gossip”.

Другим типичным персонажем, который любит «поболтать», является *“Chatty Hairdresser”*: “You might be there for any number of things: a trim, a shampoo-and-set, a perm, a dye job, or possibly a facial or manicure. But she's there for only one thing: to talk” [TV Tropes]. Гендерным антиподом такой героини можно назвать *“Chatty Cabdriver”* – разговорчивый водитель такси. У этих персонажей, помимо их словоохотливости есть еще примечательные черты, включающие национальный и расовый компоненты: водитель такси зачастую является иностранцем-эмигрантом (“often have a “funny foreigner” stereotype”), а парикмахер – дерзкой темнокожей женщиной (“a sassy black woman”) [TV Tropes]. В отличие от “Gossipy Hens”, предстающими, скорее, в негативном плане, “Chatty Hairdresser” и “Chatty Cabdriver” описываются положительно.

Дерзкая темнокожая женщина (*“Sassy Black Woman”*) – еще один типичный персонаж. Описание такой героини содержит мелиоративные лексемы: “vivaciousness, humor”, “a good counterpoint to the more grim members of

the cast”, “a pleasure to be around”, “go to girl for advice and help”, “good leaders”, “insightful”, “firm in decisions”, “trustworthy”, “speak their minds” [TV Tropes].

Говоря о персонажах, сочетающих гендерный компонент с этническим, стоит упомянуть “*Spicy Latina*” – “A hot-blooded, sexy Latin American woman”. В описании такой героини подчеркивается ее привлекательность и темпераментность: “sultry temptresses”, “fierce tempers”, “raven-haired, olive-skinned, and red-clad”, “with an accent that can melt butter” [TV Tropes].

Героев, переодевающихся в одежду противоположного пола, называют “*Crossdresser*”, “*Disguised in Drag*” (наиболее общие наименования), “*Creepy Crossdresser*” (персонаж, переодевающийся в одежду противоположного пола для того, чтобы показаться жутким, эксцентричным, неуравновешенным, злодейским), “*Wholesome Crossdresser*” (чаще всего гетеросексуал, переодевающийся в одежду противоположного пола по каким-то причинам), “*Drag Queen*” (чаще всего мужчина в женском облике, особенности которого сильно преувеличены), “*Sweet Polly Oliver*” (женщина, переодевая в мужчину с определенными целями: например, чтобы попасть в мужскую спортивную команду или в ряды солдат), “*Incredibly Conspicuous Drag*” (переодетый в противоположный пол персонаж, чей образ выглядит крайне неубедительно), “*Attractive Bent-Gender*” (персонаж, который одевается как представитель противоположного пола, становясь более привлекательным при этом), “*Dragged into Drag*” (персонаж, которого вынудили переодеться в одежду противоположного пола), “*Harmless Lady Disguise*” (мужчина, переодевающийся в женщину, чтобы выглядеть безобидно, не вызывать подозрений).

Гендерно окрашенным также является понятие “*Jock*”: “film jocks vary by stereotype. Hero, dumb, rude, violent, the guy who dates the cheerleader, and the goofball. Film drama jocks are typically either aggressive or the hero like Mox in ‘Varsity Blues’ or Fred ‘The Ogre’ Palowakski from ‘Revenge of the Nerds’ ” [Ranker]. Это такие персонажи, обычно спортсмены, которые не обладают

особыми интеллектуальными данными и являются трансляторами маскулинного стереотипа (об этом говорят лексемы “rude”, “violent”, “aggressive”).

Персонаж, именуемый “*Jerk Jock*” (популярный хулиган в университетской куртке), – схожий типаж, чьи отрицательные качества удвоены по сравнению с ранее упомянутым. В описании данного героя присутствуют такие дерогативные лексемы, как “dominates”, “physical violence”, “threats of brutal retaliation”, “boorish, obnoxious, spiteful”, “out-of-control sense of entitlement” [TV Tropes].

Схожим, однако гендерно-нейтральным неологизмом, является “*The Ditz*” – “a character whose defining characteristic is profound stupidity or quirkiness. In fiction, female ditzes tend to be sweet and naive, while male ditzes tend to be oafish but lovable” [TV Tropes]. Из определения можно заключить, что как мужской, так и женский представитель “ditz”, будучи глуповатым, все же импонирует публике. Среди героев “The Ditz” можно найти как мужчин, так и женщин в примерно равном количестве (The Amoeba Boys, Tuddressel, участники “The Joe Schmo Show”, рыбка Дори из «В поисках Немо»). Учитывая данный факт, считаем целесообразным использование формулировки «гендерно-нейтральный неологизм» в отношении “The Ditz” с указанием на отсутствие у него маскулинной доминанты.

Жесткий, циничный, сильно пьющий частный детектив – описание типичного персонажа, именуемого “*Hardboiled Detective*”. Описание такого героя довольно контрастно: в нем присутствуют как дерогативные лексемы (“tough”, “cynical”, “hard-drinking”), так и мелиоративные (“his services are required”, “knows their job isn't easy”, “keep trying anyway”).

Существует специальное наименование для привлекательных женских персонажей – “Ms. Fanservice”. Веб-сайт TV Tropes определяет “*Ms. Fanservice*” (Рисунок 7) как женский персонаж, представленный таким образом, чтобы смотреться сексуально привлекательно (что направлено на гетеросексуальных мужчин и женщин – представителей сексуальных меньшинств), начиная от простого декольте, раскрытия живота, плеч или ног и

заканчивая показом ее изгибов, бедер или ягодиц (“revealing of cleavage, midriff, shoulders or legs, to shots of her curves, hips or derriere” [TV Tropes]). Одежда «мисс Фансервис» в основном предназначена для того, чтобы подчеркнуть ее фигуру (“to accentuate her figure”). Основу ее гардероба составляют бикини / купальники, нижнее белье, чулки в сеточку, подвязки, опасно короткие юбки, такие же короткие шорты, высокие сапоги до бедра или туфли-лодочки на шпильке, а также платья и рубашки с глубоким вырезом (“her wardrobe mainstays are bikinis / swimsuits, lingerie, fishnets, stockings, garters, dangerously short skirts, equally short shorts, thigh high boots or stiletto pumps, and low-cut dresses and shirts”). В качестве альтернативы она может быть покрыта одеждой с головы до пят, т.е. вообще не показывать кожу, но ее костюм будет достаточно обтягивающим и эластичным, чтобы показать ее бюст и очертания бедер (“her costume will be tight and stretchy enough to show her bust and the outline of her hips” [TV Tropes]).

Частое появление “Ms. Fanservice” объясняется доминированием мужчин в киносреде (в особенности на первых этапах его существования). Героини “Ms. Fanservice” нацелены как раз на мужскую аудиторию и становятся дополнительным мотиватором к просмотру именно для представителей сильного пола.

Сходным понятием является “*Innocent Fanservice Girl*” (Невинная мисс Фансервис). Это персонаж (обычно женщина), который не понимает, что не носить одежду считается неприличным (“doesn't understand the concept that not wearing clothes is considered indecent” [TV Tropes]). Существует также понятие “*Shameless Fanservice Girl*” (Бесстыдная мисс Фансервис) – персонаж (обычно женского пола), которого не смущает то, что он раздет. Ключевое различие между этими двумя именованьями обнаженных героинь заключается в следующем: отсутствие табу на наготу у Невинной мисс Фансервис основано на том, что она никогда не знала о его существовании (т.е. она слишком невинна, чтобы знать), а Бесстыдная мисс Фансервис знает, но ей все равно. Она

намеренно игнорирует табу на наготу, и ей безразлично, что других это беспокоит.



Рисунок 8 – Пример Ms. Fanservice

Противоположностью “Shameless Fanservice Girl” является “*Reluctant Fanservice Girl*” (Мисс Фансервис поневоле). Данный персонаж женского пола предпочитает одеваться скромно и не очень любит, когда на нее глазеют мужчины, однако по стечению обстоятельств она оказывается голой или полуголой. Ее одежда может быть разорвана в бою, может исчезнуть или быть кем-то украденной.

Привлекательных персонажей мужского пола именуют “*Mr. Fanservice*” (Рисунок 8). Мистер Фансервис появляется на экране для привлечения зрителей, которым нравятся мужчины. Это может быть эффективным способом привлечения зрителей женского пола, даже если речь идет о сериале, ориентированном на мужчин. У Мистера Фансервиса чаще всего длинные (или средней длины) волосы, телосложение пловца, гладкая точеная грудь, рельефный пресс (“a swimmer's build, a smooth chiseled chest, washboard abs” [TV Tropes]), и он обязательно должен появиться без рубашки либо в расстегнутой рубашке (“totally unbuttoned” [TV Tropes]), обтягивающей одежде, которая демонстрирует его тело, не обнажая кожу (“he can wear tight clothing, which shows off his body without baring skin” [TV Tropes]).

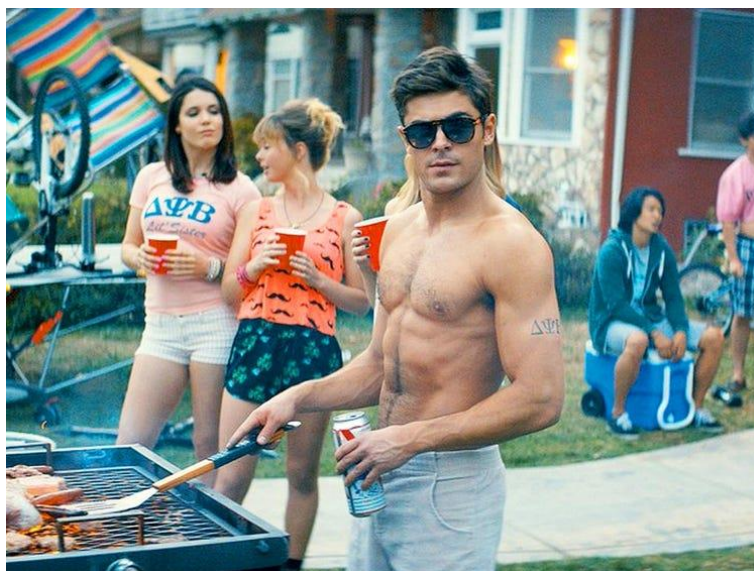


Рисунок 9 – Зак Эфрон как “Mr. Fanservice”

Порой привлекательный персонаж появляется в картине лишь на несколько минут. Таких героев называют “*Fanservice Extra*” (массовка фансервиса). Персонаж существует исключительно для того, чтобы придать фильму, сериалу или комиксу немного дополнительного волнения (“exists solely to give the movie, show, or comic book a little extra titillation” [TV Tropes]).

Другим гендерно-окрашенным неологизмом, называющим участника кинодискурса, является “*Action Girl*” (Девушка из боевика) – женский персонаж, побеждающий злодеев (“kicks butt” [TV Tropes]). Выражение «дама в беде» не про нее. Она сталкивается с опасными противниками и смертельными препятствиями и побеждает.

“Action Girl” объединяет в себе несколько разновидностей дерзких женских персонажей. Существуют “*Faux Action Girl*” (Фальшивая девушка из боевика – персонаж, чья способность справляться с противниками и препятствиями крайне неубедительна); “*Dark Action Girl*” (предпочитает избить героя до полусмерти вместо того, чтобы соблазнить его); “*Affirmative Action Girl*” (женский персонаж, добавленный в новый сезон или сиквел, чтобы сбалансировать соотношение полов); “*Action Mom*” (Боевая мамочка): когда “Action Girl” сталкивается с материнством, у нее обычно есть два варианта. Она может смириться со своей судьбой и остаться на кухне или может сохранить

свой статус. В случае выбора второго варианта она становится “Action Mom”; “*Mama Bear*” (свяжись с ее детьми, и она убьет тебя); “*Action Girlfriend*” (Боевая девушка): обычный парень, живущий обычной жизнью, встречает бойкую женщину, которая навсегда меняет его жизнь (персонаж “Action Girlfriend” можно сравнить с упомянутым ранее понятием «Маниакальная девушка-мечта); “*Action Fashionista*” (Модница из боевика) – женский персонаж, расправляющийся с врагами и при этом выглядящий очень модно. В течение экранного времени они предстают в разных модных предметах одежды; “*Violently Protective Girlfriend*” (девушка, яростно защищающая своего парня от любых нападений); “*Amazonian Beauty*” (Красотка-амазонка): это то, что происходит, когда Мисс Фансервис превращается в Халка (“hulks out” [TV Tropes]); такая девушка мускулиста, подчеркнуто привлекательна); “*Cute Bruiser / Girly Bruiser*” (такая девушка выглядит безобидно, но в бою даст фору любому громиле); “*Lady of War*” (боевая девушка, которая сохраняет грацию и сдержанность; она, как правило, занимает высокое положение или, по крайней мере, выглядит и ведет себя соответственно; часто чопорна и высокомерна); “*Little Miss Badass*” (девочка с набором навыков, которые намного превосходят то, что вы ожидаете от ее внешности; она немного странная, зрелая для своего возраста); “*Damsel out of Distress*” (такая героиня отвергает традиционный стереотип «дама в беде»; она не ждет, пока ее спасет герой, так как может позаботиться о себе сама); “*Decoy Damsel*” (героиня, претворяющаяся, что попала в беду, оказывается злодейкой, заманившей своего «спасителя»); “*You Go, Girl!*” (женский персонаж, участвующий в спортивных соревнованиях, чтобы показать, что девочки в спорте не хуже мальчиков); “*Waif-Fu*” (выглядит стройной, у нее почти полностью отсутствует видимая мускулатура; несмотря на это, она способна постоять за себя или даже одолеть воинов, во много раз превосходящих ее по размерам); “*Plucky Girl*” (смелый и оптимистичный женский персонаж).

“Plucky Girl” не стоит путать с “*Plucky Office Girl*” – она очень талантлива и умна, у нее прекрасные идеи и прекрасный потенциал, но этого



никто не замечает (“has wonderful potential but nobody notices” [TV Tropes]). Примером может служить главная героиня фильма “The Devil Wears Prada” («Дьявол носит Prada», 2006) Энди Сакс.

Еще одним женским персонажем, безупречная работа которого редко остается замеченной, является “*Girl Friday*” – верная помощница. Ее основная работа – помогать герою (обычно ее боссу) в критические моменты. Иногда она предоставляет важную информацию, иногда протягивает руку помощи, порой между ней и боссом чувствуется оттенок неразрешенного сексуального напряжения (“with a side of unresolved sexual tension” [TV Tropes]). Порой она превращается в полноценного боевого дворецкого, перевоплощаясь в “Action Girl”.

Персонаж женского пола, чей род деятельности и умения идут вразрез с общепринятыми гендерными стереотипами, – “*Wrench Wench*” (уверенный в себе и талантливый механик-девушка). Такая героиня прекрасно чинит машины или разбирается в компьютерах, что обычно считается мужскими навыками. В описании такой героини присутствуют мелиоративные лексемы: “skilled and confident”, “self-confident”, “unkempt beauty” [TV Tropes]. Другой персонаж, чья сноровка в традиционно мужском деле удивляет, – “*Hackette*” (“the cracker, whose face is never seen, is revealed to be female” [TV Tropes]). В сознании всех блюстителей закона и агентов ФБР (даже женщин) хакеры – это исключительно мужчины (“exclusively male” [TV Tropes]), что до определенного момента снимает любые подозрения с женщин, имеющих какое-либо отношение к компьютерам или технологиям в целом.

Ранее мы упомянули понятие “Damsel out of Distress”. Таким героиням противопоставляются “*Damsels in Distress*” (Дама в беде). Дама в беде подвергается непосредственной опасности и ждет своего спасителя. Классическую даму в беде похищают и запирают. Существует и “*Deliberately Distressed Damsel*” – женский персонаж, который сам ищет опасных приключений и наслаждается ожиданием спасения.

Гендерная противоположность дамы в беде – *“Distressed Dude”*. Обычно это напарник Девушки из боевика (*“Action Girl”*), который, попадая в плен, ждет, чтобы главная героиня спасла его.

*“The Queenpin”* – женщина – лидер организованной преступной группировки. Лидерство таких героинь часто оспаривается мужчинами, которые считают, что женщины должны оставаться на кухне, а не участвовать в насилии, являющимся неотъемлемой частью этой работы. Члены банды часто называют ее “Ма” или “Мама”. Квинпин почти всегда более хитрая, жестокая, требовательная и беспощадная, чем ее коллеги-мужчины, чтобы оправдать свой авторитет. Мужской эквивалент данного понятия – *“The Don”*, глава организованной преступной семьи. Он проницателен, безжалостен, и ему очень опасно перечить. Часто он придерживается тайного кодекса чести, который, возможно, непостижим для не-мафиози. Он очень ревностно заботится о своей семье [TV Tropes]. Описание таких персонажей противоречиво: с одной стороны, они предстают как жестокие и безжалостные мафиози, с другой – как хорошие семьянины, не лишенные понятия чести и достоинства.

Говоря о персонажах, которые витают в облаках, используют неологизм *“Cloudcuckoolander”* – “a character with their head in the clouds. They are very cheerful and strangely oblivious to things that everyone else takes for granted” [TV Tropes]. Таких персонажей часто сопровождает другой герой, выполняющий роль своеобразного опекуна – *“Cloudcuckoolander’s Minder”*. Этот персонаж (будь то друг или наемный) следит за “Cloudcuckoolander”. Он сопровождает чудака и пытается предотвратить всяческие неприятности [TV Tropes].

Есть персонажи, лишь притворяющиеся “Cloudcuckoolander”. Таких называют *“Crouching Moron, Hidden Badass”* (крадущийся идиот, затаившийся злодей): “At first glance, they're The Fool. The sort of person you wouldn't trust to screw in a lightbulb without hurting themselves – they're really like that. *Most of the time*. Then someone pushes the right button at the right time and things

suddenly change. The goofy smile disappears. Their eyes start glowing. An aura of energy surrounds them” [TV Tropes].

В этой связи стоит отметить понятие “*Villain Protagonist*”, это главный герой-злодей. Зачастую такой герой вызывает сочувствие у зрителей (“this villainous main character will even get the Sympathetic P.O.V.” [TV Tropes]). Морально предосудительные действия таких персонажей (какими бы благими намерениями они ни оправдывались) никоим образом не замалчиваются и не оправдываются в контексте истории (“in no way glossed over or justified within the context of the story” [TV Tropes]). Мы видим историю с точки зрения злодея.

Таких персонажей, как “Difficult Man” и “Villain Protagonist” стоит отличать от “*Big Bad*” персонажей. Они причина всех плохих событий в истории. Большой злодей может быть персонажем со злонамеренными планами или вселенской катастрофой, например, кометой, направляющейся к Земле. В сериале Большой злодей оказывает влияние на несколько эпизодов, даже на весь сезон.

В некоторых случаях отрицательный персонаж киноповествования – лишь марионетка в руках вселенского злодея. Такого кукловода и генератора недобрых замыслов принято называть “*The Man Behind the Man*” (Рисунок 9). У него более глубокие мотивы, более масштабные замыслы и вообще больше власти, чем у его приспешника.



Рисунок 10 – Иерархия злодеев, иллюстрирующая понятие “The Man Behind the Man”

«Марионетками» главного злодея могут являться: *“Bit-Part Bad Guys”* (мелкие преступники, с которыми герой встречается ненадолго, обычно для демонстрации типичного примера того, с чем он регулярно имеет дело); *“Mooks”* (злые солдаты, которые существуют с единственной целью – быть уничтоженными героем); *“Evil Minions”* (небоевые приспешники главного злодея); *“Elite Mooks”* (лучшие приспешники главного злодея, которым босс очень часто поручает управление своей империей); *“Middle-Management Mook”* (не совсем часть элиты миньонов, но и выше раболепных дурачков в самом низу иерархии муков); *“Personal Mook”* (слуга, который заботится о повседневных делах главного злодея); *“Sycophantic Servant”* (приспешник, который слишком горит желанием поступиться своим достоинством, только чтобы угодить своему боссу); *“Punch-Clock Villain”* (этот приспешник работает только за зарплату, так что нельзя ждать от него большой компетентности или энтузиазма); *“Professional Butt-Kisser”* (злой помощник, который предан кому угодно, лишь бы он находился на самом верху); *“Enigmatic Minion”* (слуга с таинственными намерениями); *“Superpowered Mooks”* (слуги с суперсилами); *“Giant Mook”* (больше и сильнее обычных муков); *“Monster Fangirl”* (самая большая поклонница злодея).

Говоря о персонажах, с которыми зритель отождествляет себя, стоит также упомянуть понятие *“Audience Surrogate”* (зрительский суррогат – персонаж, которому зрители сочувствуют, видя себя на его месте): “those characters you find who ask the same questions an audience would, or are confused by the same things an audience would: someone who can act as a proxy for the audience within the story” [Thanet Writers CIC]. Такие персонажи часто присутствуют в фантастических сюжетах (например, Гарри Поттер в одноименном произведении является зрительским суррогатом, так как он вместе со зрителем, попав в волшебный мир, удивляется всему происходящему) и не только (так, доктор Ватсон в историях о Шерлоке Холмсе также является зрительским суррогатом, задавая те вопросы, которые бы задал зритель / читатель, поражаясь способностям Шерлока, подобно

зрителю / читателю). Схожим понятием является “*Meta Guy*” – персонаж, говорящий то, что аудитория сказала бы (или могла бы сказать) в конкретной ситуации.

В этом ряду стоит упомянуть неологизм “*Author Surrogate*” (“a character within fiction that acts as a proxy for the author within a novel” [Thanet Writers CIC]). В данном случае персонаж близок более автору, нежели зрителю, выполняя роль авторского поверенного в истории [Thanet Writers CIC]. Отношение к авторскому суррогату в целом неодобрительное: “Author surrogacy is most notable in works of fan fiction or by amateur writers. Bella from Stephanie Meyer’s *Twilight* has often been criticised for being described as a spitting image of the author. As Bella is idealised as a perfect character (sometimes known as a Mary Sue or Marty Stu) it can come across as pompous or even narcissistic. It doesn’t come across as humble, and that can quickly turn off readers” [Thanet Writers CIC].

Синонимом упомянутого неологизма является “*Author Avatar*”, вымышленная версия автора, который появляется как персонаж в событиях повествования. В то время как многие персонажи могут иметь общие с создателем черты характера (трудно сотворить героя, с которым нет ничего общего), Аватар автора является прямым аналогом, как если бы автор был перенесен непосредственно в созданный им мир: он разделяет политические взгляды создателя, может быть названным в честь автора или иметь очень похожее имя, часто имеет схожую с автором биографию. Оба понятия (Author Surrogate и Author Avatar) являются гендерно нейтральными и могут быть использованы для наименования как мужских, так и женских персонажей в зависимости от замысла автора или его пола.

Еще одним типичным персонажем можно назвать “*Evil Twin*” (злой двойник). Злой двойник – это персонаж-антагонист, обычно изображаемый тем же актером, который играет положительного персонажа. Внешнее различие между героями достигается через трюковые снимки камеры, усы, одежду, очки и пр. На сегодняшний день появление злых двойников положительных персонажей не редкость (Лиза Кудроу в роли Фиби и Урсулы Буффе в сериале

«Друзья», Том Харди в роли Рэджи и Ронни Крей в фильме «Легенда», Майк Майерс в роли Остина Пауэрса и Доктора Зло в серии фильмов «Остин Пауэрс» и др.). Такой персонаж характеризуется исключительно отрицательно (“nasty counterpart” [Urban Dictionary], “wreaks havoc or does evil” [The Free Dictionary]). Данное понятие схоже с “*Oddball Doppelgänger*” (странный двойник): “At first, you'd think this character would be the long-lost twin of another character. But then you start to notice the differences. It could be due to having a completely opposite personality (can be of the same alignment though doesn't have to be an Evil Twin). It could be due to exaggerating the original character's foibles” [TV Tropes]. В отличие от злого двойника (“Evil Twin”) странный двойник (“Oddball Doppelgänger”) не обязательно отрицательный персонаж. Он лишь обладает определенными качествами, не присущими его двойнику.

В этом же ряду стоит упомянуть оппозицию “*Red Oni / Blue Oni*”: “this trope is about two individuals that are significantly linked together somehow that have differing personalities and, with it, often different approaches to the world in general The Red Oni, while usually the more passionate and emotion-driven, may also be the more easy-going and flexible of the two. Their more simplistic worldview may make them at least partially immune to angst and Wangst. Conversely, the Blue Oni, while usually stoic and thoughtful, may hide a volatile, angsty nature that may erupt if pushed too far” [TV Tropes].

Противопоставляются также персонажи женского пола “*Tomboy*” и “*Girly Girl*” (дуэт, состоящий из девчонки-сорванца и женственной девушки). “Girly Girl” очень заботится о своей внешности, у нее «девчачьи» интересы. “Tomboy” занимается спортом, интересуется механикой, строительством домов и / или реконструкцией зданий и тому подобным. Она не заботится о своей прическе или макияже, но все равно часто бывает неопрятной красавицей [TV Tropes]. Такие персонажи, как “Tomboy”, “*Rebellious Princess*” (“A princess who doesn't like being a princess” [TV Tropes]) обычно плохо справляются с «женскими» делами: пряжей, ткачеством, шитьем, вышиванием, вязанием, починкой, стиркой и глажкой одежды (“you got to spin, then weave, then sew —

and even then, when you have the clothes, you need to mend and launder. All of these are feminine tasks, undertaken by women and proving them womanly. The Rebellious Princess and other tomboyish female characters are likely to be bad at them” [TV Tropes]).

Наряду с ранее упомянутыми лексемами стоит отметить понятие “*One of the Boys*” (“A female character hangs out with male characters” [TV Tropes]). Она может быть грубой (“rude and crude” [TV Tropes]) и использовать сленг (“less refined slang” [TV Tropes]), как мальчишка, плевать и не особо переживать из-за сломанного ногтя (“doesn't care much if she's chipped a nail or two” [TV Tropes]).

Один из распространенных методов, используемых при создании спин-оффа (ответвление от коммерчески успешной картины / сериала), – это ввод в новую картину персонажа, знакомого по изначальной версии, однако противоположного пола (чаще всего женского) – “*Distaff Counterpart*” (ака: “*Spear Counterpart*”). Это позволяет расширить целевую аудиторию. “The male character or characters may have little or no stereotypical masculinizing gender specifiers, but his or their distaff counterpart or counterparts will have stereotypical feminizing gender specifiers to mark them as female” [TV Tropes] (мужской персонаж или персонажи могут иметь мало или совсем не иметь стереотипных маскулинных гендерных особенностей в то время, как их гендерный аналог будет иметь стереотипные феминизирующие гендерные определители).

Героями мужского пола, чьи характеры противопоставлены друг другу, также являются “*Noble Male*” (Благородный мужчина – как правило, зрелый, джентльмен, утонченный), “*Roguish Male*” (Плутоватый мужчина – неотесанный, воспитанный улицей). Первый, как правило, сосредотачивается на одной особенной даме и относится к ней с величайшим уважением, в то время как второй больше склонен спать со многими женщинами или просто не заинтересован в сексе и романтике вообще); “*Sensitive Guy*” и “*Manly Man*” (Деликатный парень и Крутой парень).

Стоит упомянуть неологизм “*Original Character*” (aka “*OC*”), обозначающий персонажа франшизы, созданного фанатом и помещенного в эту франшизу, как правило, с помощью артов и фанфиков (fanfic) [Urban Dictionary].

Неологизм “*Difficult Man*”, введенный в кинодискурс Бреттом Мартином в 2013 г., используется для обозначения привлекательного антигероя (“likeable anti-hero”) [Martin 2014]. «Подобный эффект встречается в фильмах, раскрывающих глубину отрицательного персонажа, рассказывающих его историю. Данное понятие используется нечасто и может быть принято за окказионализм, однако упоминание его обнаруживается в таких популярных новостных ресурсах, как The New York Times, The Guardian, The New Republic. Этот факт позволяет исключить понятие “difficult man” из числа окказионализмов» [Бирюкова 2020, с. 4]. На данных новостных площадках “Difficult Man” рассматривается именно как привлекательный антигерой, завоевавший внимание публики своей неоднозначностью, многогранностью. В рейтинге десяти самых Сложных героев дается возможное объяснение современной тенденции к выбору сериалов с далеко не идеальным протагонистом: “Maybe it’s because viewers love watching bad people do bad. Maybe it’s because we can see ourselves in these difficult men” [Hao 2019] (Может быть, зрителям нравится смотреть, как плохие люди совершают плохие поступки. Может быть, мы видим себя в этих сложных героях). Согласившись с последним из предложенных вариантов объяснений, добавим, что интерес к отрицательным героям прослеживался и ранее. Вспомним полюбившийся многим художникам романтизма образ Сатаны из «Потерянного рая» Джона Мильтона. Уильям Блейк, утверждал, что Милтон «чувствовал себя в кандалах», когда писал о Боге и ангелах, и свободно описывал Дьявола и ад, ибо он, сам того не сознавая, «принадлежал к партии Дьявола» (“Milton wrote in fetters when he wrote of Angels and God, and at liberty when of Devils and Hell, is because he was a true poet, and of the Devil’s party without knowing it” [Blake 1790]). О подобном говорит и Ф.М. Достоевский в «Дневнике писателя»: «Типы, излюбленные им, указываемые им как на надежду будущего, составляющие сияние мрачной



картины, вышли довольно удачны (что очень странно, ибо “положительные” типы почти совсем не удаются нашим поэтам)» [Достоевский 1873, с. 178].

Рассматривая дефиниции и контекстное поле новой кинолексики, именующей участников англоязычного кинодискурса, а именно наличествующие в их составе *коннотативно* заряженные лексемы, можно сделать вывод о том, что основным критерием, который делает персонажа привлекательным для зрителя, является его разработанность, многогранность, неоднозначность. Негативно оцениваются слишком положительные, нереалистично идеальные персонажи.

С точки зрения *гендера* описание вновь названных персонажей может как *соответствовать* общепринятым гендерным стереотипам (эмоциональность, привлекательность, скромность, уязвимость у женщин и физическая сила, прагматичность, грубость, агрессивность у мужчин), так и идти *вразрез* с ними (безэмоциональность, умение постоять за себя, откровенность нарядов у женщин и физическая слабость / уязвимость, красота, сентиментальность у мужчин).

С точки зрения *образности*, говоря о женщинах, проводят сравнения с кошкой, луной, цветком, водой, арфой, ангелом, о мужчинах – с дворовым псом, солнцем, огнем, демоном.

Помимо справедливых *гендерных стереотипов* (маскулинности / фемининности, распределения социальных ролей) в составе рассматриваемых неологизмов присутствуют и искаженные. Последние свидетельствуют о наличии и некоторой популярности альтернативной трактовки правил поведения и канонов внешнего вида представителей мужского и женского полов.

*Гендерно-нейтральный* внешне-поведенческий дисплей выражается в таких не привязанных к гендеру характеристиках, как негативная или позитивная оценка аудитории, глупость, злоба, принадлежность к этносу, возрастной категории и т.д. Некоторые неологизмы с лексически выраженным определенным гендерным компонентом употребляются по отношению к обоим полам. Такая взаимозаменяемость новых лексем с гендерным компонентом может обуславливаться стиранием границ между гендерами.

*Неологизмы, именующие кинореципиентов*

Ранее мы упомянули персонажей, называемых “Difficult Men” (Трудные герои). Зрителей, проявляющих симпатию к подобным героям, называют “*Bad Fans*” (“the loyal viewer, often a guy, who views antiheroes as heroes” [Nussbaum 2014] (преданный зритель, часто парень, который рассматривает антигероев как героев)). «Как видно из определения, зачастую Плохими фанатами являются также мужчины, что позволяет сделать вывод о маскулинном характере данного ТВ-контента с позиции участников кинодискурса (персонажей, зрителей, создателей телесериала)» [Бирюкова 2020, с. 5–6]. Такой зритель характеризуется с позиции его отношения к персонажу (данных персонажей принято называть “Difficult Men”). “Bad Fan” приветствует аморальное поведение героев (“a subset of viewers cheered for Walter White on “Breaking Bad,” growling threats at anyone who nagged him to stop selling meth” [Nussbaum 2014] (часть зрителей поддерживала Уолтера Уайта в сериале «Во все тяжкие», угрожая всем, кто уговаривал его прекратить продажу метамфетамина)).

Женская версия Плохого фаната несколько отличается: “another kind of “*Bad Fan – the Feminine Type*”. By this I mean the fans of shows with female protagonists, both comedies and dramas, who crave not bloodshed but empowerment” [Nussbaum 2014] (другой вид плохих фанатов – женский. Он характеризует поклонников шоу, как комедий, так и драм, с участием женщин-протагонистов, которые жаждут не кровопролития, а расширения прав и возможностей). Плохие фанатки ждут от героинь проявления силы, решимости, а иногда беспринципности на пути к целям (“The Good Wife” has always had viewers who mistook it for a “You go, girl!” fantasy. To these viewers Alicia Florrick is a role model for “having it all.” When she takes moral shortcuts, these fans get outraged and confused” [Nussbaum 2014] (Сериал «Хорошая жена» всегда имел зрителей, приписывающих ему девиз «Вперед, девочка!». Для этих зрителей Алисия Флоррик является образцом для подражания как «всего добившаяся».

Когда она руководствуется моральными принципами, эти фанаты возмущаются и сбиваются с толку)). То есть Плохих фанатов и Плохих фанаток объединяет взаимное одобрение аморальных поступков.

*“Unabashed B-Movie Fan”* – зритель, предпочитающий старые фильмы категории “В” (“low-budget movie, characterized by a cheesy plot” [TV Tropes]). Обычно такой зритель считается некультурным. Данные фильмы печально известны своим низким качеством; считается, что у того, кому они нравятся, низкие стандарты.

Зритель, именуемый *“Mark”*, при просмотре сериала будет с трепетом ждать, поправится ли больной персонаж, в то время как *“Smark”* (*“Smart Mark”*) выйдет в Интернет, узнает, что актер, играющий больного персонажа, разругался со съемочной группой, что его контракт скоро истекает, и поймет, что персонаж, вероятно, не поправится.

*“Straw Fan”* – зритель, высмеивающий поклонников фильма / сериала или их создателя возведением их характеристик до уровня пародии.

Коротким наименованием для зрительской аудитории в целом является лексема *“Aud”* (audience; “Liza Minnelli has always had a special rapport with her aud” [Variety]).

Среди других неологизмов, характеризующих реципиентов кинодискурса, можно назвать *“Fan Hater”* (ненавистник поклонников определенного фильма / сериала), *“Fan Loony”* (ненормальный, который повсюду следует за главными героями из навязчивого восхищения, то доставляя неприятности, то просто выводя их из себя, он может пойти на многое, чтобы «помочь» герою, которого боготворит); *“Fan Dumb”* (считает, что сам факт того, что он является поклонником чего-то, каким-то образом дает ему право на особое или исключительное обращение или что он подвергается преследованиям со стороны множества различных сторон (создатели, продюсеры, другие фанаты, мир в целом и т. д.) из-за их фандома). Контекстное поле неологизма “Fan Haters” негативно характеризует данный круг зрителей: они одержимы ненавистью к фанатам того или иного кинопродукта, клеймят их и бросаются

необоснованными обвинениями (“To make matters worse, they will also stereotype fans (e.g., anybody who likes comic books is an obese loser; anyone who likes anime is some annoying, anti-American, over-obsessive wannabe Japan-fetishizing freak) or they'll still find at least one thing they find negative and stereotype the fans of the work with said negative thing. Fan Haters tend to refer to the targets of their hatred as the ‘Lowest Common Denominator’ or ‘unwashed masses’” [TV Tropes]).

В этом же ряду стоит упомянуть неологизм “*Film Buff*” – “someone who is interested in films and has a large collection of physical and / or digital copies. They may enjoy lots of different types of films, however they may be exclusively interested in one particular genre. Film buffs spend lots of their free time watching films and have a good knowledge on lots of films” [Urban Dictionary] (Тот, кто интересуется фильмами и имеет большую коллекцию физических и / или цифровых копий. Им может нравиться много разных фильмов, однако они могут быть заинтересованы исключительно в одном конкретном жанре. Любители кино проводят много свободного времени за просмотром фильмов и хорошо разбираются в кино). Понятие стало широко использоваться в конце XX в., что можно объяснить переходом кино в более доступный формат: фильмы стали все чаще смотреть не только на большом экране, но и в домашней обстановке. Данная дефиниция указывает на то, что «Киновед» может быть знатоком либо одного жанра, либо кинематографа в целом. Если выбор определенного жанра закономерен (он зависит от предпочтений зрителя), то подкованность сразу в нескольких жанрах может объясняться тем, что кинолюбитель просматривает фильмы, выбирая их в зависимости от актерского, режиссерского составов, предпочитает того или иного сценариста, композитора. Кинопросмотр становится своего рода хобби: человек проводит большую часть своего свободного времени перед экраном.

Сходным понятием является “*Movie Junkie*” – “someone who spends hours watching movies and possibly has seen almost every movie depending on the genre. The person you'd go to ask about any movie and their opinion. Usually very good at naming actors / actresses in any movie” [Urban Dictionary] (Тот, кто часами смотрит фильмы и, возможно, видел почти все фильмы определенного жанра.

Человек, у которого можно спросить о любом фильме. Обычно хорошо знает актеров / актрис в любом фильме). Как и «Киновед» (“Film Buff”), «Киноман» (“Movie Junkie”) проводит огромное количество времени за просмотром кинофильмов, имеет обширные сведения о кинематографе. Однако в отличие от «Киноведа», хорошо разбирающегося в кино (что может подразумевать осведомленность о специфике того или иного жанра, режиссерских концепциях, приемах съемки, монтажа), «Киноман», скорее, интересуется актерским составом, не обладая специальными знаниями о кино.

Не всегда при просмотре фильма, который чем-то не угодил зрителю, последний спешит выключить телевизор. В данном случае кинореципиент – *“Hate-watches”* (“to watch a TV show, movie, or actor that one vigorously dislikes. Also: *“Hatewatch”*. – *“Hate-Watcher”* (or *“Anti-Fan”*) [Word Spy] (смотрит телешоу, фильм или игру актера, который сильно не нравится)). Делается это обычно с целью обсуждения с друзьями, а также на просторах социальных сетей недостатков того или иного фильма, плохой игры актера или по другим причинам: “I have gotten all the joy I can from watching it – which is the joy of knowing I would hate watching it and being right” [Miller 2020] (Я получил всю возможную радость от просмотра – и это радость от осознания того, что я знал, что мне это не понравится и был прав).

Итак, новые наименования *кинореципиентов* часто связаны с импонирующими им героями. Наименования кинореципиентов характеризуются гендерной нейтральностью за редким исключением (иногда зрительская аудитория разделяется по гендерному признаку: женская ее часть чаще состоит из поклонников героинь (“Bad Fan: Feminine Type”), а мужская – героев (“Bad Fan”). Зрителей может объединять взаимная ненависть к поклонникам того или иного кинопродукта (“Fan Hater”) или любовь к нему (“Fan Loony”), граничащая с одержимостью. И в том, и в другом случае зрители, имеющие неологичные наименования, характеризуются отрицательно, так как транслируют доведенные до крайности чувства.

*Неологизмы, именующие членов съемочной группы и кинокритиков*

Некоторые неологизмы именуют *актеров*, задействованных в киноленте. Лексическая единица **“*Ham Actor*”** (**“*Hamfatter*”**) (unskilled actor who overacts [The Free Dictionary]), обозначающая неумелого актера, который переигрывает, содержит в себе негативную «аксиологически-интерпретационную» [Гибатова 2011, с. 131] оценку. Такой участник кинодискурса будет характерен для «плохих», низкопробных фильмов. Наличие таких актеров, воплощающих задуманный режиссером-автором образ в фильме, не может остаться незамеченным зрителем и, безусловно, будет влиять на его общее восприятие кинокартины. Прямо противоположное воздействие на зрителя оказывает талантливый актер: «художественный образ, созданный на экране, имеет особую способность воздействовать на сознание человека. Он заставляет поверить в себя, поднять дух, вселить надежду» [Кузнецова 2017, с. 102].

Говоря об актерском составе низкопробного кинофильма, пользуются также лексемой **“*Miscast*”** (“refers to an actor / actress who is completely wrong, untalented, or unbelievable for the role he or she has been cast in” [Film Terms Glossary]). Помимо негативной оценки актера с профессиональной точки зрения данный неологизм указывает на несовместимость актера с ролью. Например, главный редактор The Hollywood Reporter, давая интервью ABC News: Nightline, отозвался о телеведущей Мэган Келли следующим образом: “This is just a really unfortunate situation on all grounds. You know, I think Megyn Kelly is an undeniable talent as a broadcaster, but seems she was *miscast* in this role and then made a big *misstep*” [ABC News] (Это просто действительно неудачная ситуация по всем признакам. Знаете, я думаю, без сомнения, что Мэган Келли – талантливая телеведущая, но, похоже, она не подходила на эту роль, а затем совершила большую ошибку).

Относительно участников качественной кинокартины стоит упомянуть **“*Matinee Idol*”** (an actor popular as a romantic figure among women [Collins

Dictionary]), т. е. популярного, в особенности в женских кругах, актера. Этим понятием начали пользоваться в конце XIX в. и сейчас употребляют все реже. Его заменили лексемы “*Headliner*” / “*Topliner*” (the principal performer in a show [Merriam Webster]), “*Movie Star*” (a very popular and successful movie actor [Cambridge Dictionary]), “*A-Lister*” (a person with huge celebrity status [Urban Dictionary]).

В отношении юных актеров пользуются лексемой “*Moppet*” (child, especially child actor; “Elizabeth Taylor is one of the few moppets who made the transition to adult star” [Variety]).

“*Ink-Suit Actor*” – актер, ставший прототипом анимированного персонажа, которого он зачастую сам озвучивал. Такой персонаж кажется менее реалистичным, поскольку создается впечатление, что сценаристы попросту позаимствовали внешность актера, а не создали персонажа сами [TV Tropes].

Что касается создателей киноленты, стоят упоминания неологизмы “*Helmer*” (aka “*Helm*”: a director of a film [Film Terms Glossary]), “*Prima Donna Director*” (A melodramatic, egotistical film director [TV Tropes]), “*Pigeonholed Director*” (a director that is linked to a certain genre they work in, or is best remembered for one or more certain films), “*a.d.*” — assistant director; “Alan Smithee’s career began as the a.d. on Warners’ ‘Gypsy’” [Variety], “*d.p.*” (director of photography; “Alan Smithee was d.p. on the helmer’s last two projects” [Variety]), “*DGA*” (Directors Guild of America, the union of film and TV directors, assistant directors and unit production managers), “*SDSA*” (Set Directors’ Society of America).

Для наименования критиков пользуются неологизмом “*Crix*” (critics; “While the director’s last film was a flop with auds, the crix were in his corner” [Variety]). “*Straw Critic*” – чрезвычайно субъективный критик [TV Tropes]. “*Caustic Critic*” – критик, который яростно критикует рассматриваемую работу, стараясь в первую очередь развлечь аудиторию [TV Tropes]. “*Compassionate Critic*” критикует работу исключительно потому, что хочет, чтобы в следующий раз создатели постарались лучше.

Таким образом, новые наименования *съёмочной группы и кинокритиков* сигнализируют о пристальном внимании зрителей к составу съёмочной группы. В дефинициях и контекстном поле рассматриваемых неологизмов присутствует коннотативно заряженная лексика, характеризующая степень профессионализма актеров с дальнейшим причислением их к кругу «хороших» и «плохих», тем самым определяется дальнейшая судьба некоторых артистов.

### 3.2 Неологизмы, именующие киножанры

В данном параграфе мы обратимся к группе неологизмов кинодискурса, именующих киножанры (Рисунок 11).

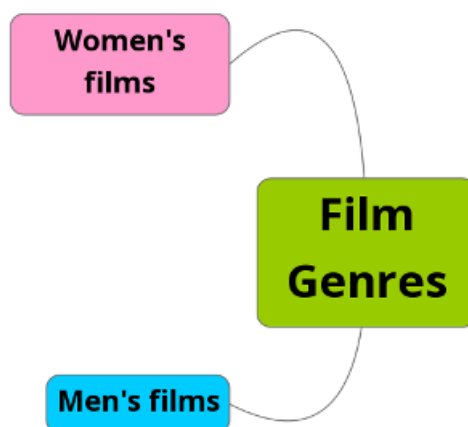


Рисунок 11 – Неологизмы, именующие киножанры

“*Guy-Cry*” – of or relating to a film that often moves male viewers to *tears* [Word Spy] (касающийся фильма, который часто вызывает слезы у мужчин).

“Let’s face it. The days when it was taboo for men to cry at movies are gone. It’s practically a sign of *true manliness* when a guy is moved to tears by a *touching*, epic story. Two of the biggest blockbusters are basically chick flicks for guys. *Not* that there’s anything *wrong* with that” [Brazil] (Давайте смотреть правде в глаза. Дни, когда мужчинам было запрещено плакать над кино, прошли. Это практически признак истинной мужественности, когда парень тронут до слез трогательной



эпической историей. Два самых больших блокбастера – это, можно сказать, «чикфлики» для парней. Не то чтобы с этим было что-то не так).

Как видно из дефиниции (such films that make men cry [Word Spy]), данный киножанр рассчитан на представителей мужского пола (к жанру гай-край можно отнести фильмы «Легенды осени» (1994), «Патриот» (2000), «Гладиатор» (2000), «Последний самурай» (2003), «300 спартанцев» (2007) и др.). Здесь мы наблюдаем пример *искаженного* гендерного стереотипа маскулинности: по общему представлению, мужчинам чуждо избыточное проявление эмоций, однако данный жанр, напротив, оспаривает бытующее мнение, что мужчины не плачут.

Как видим, обсуждение «слёзных» фильмов для мужчин носит оправдательный характер. В упомянутой цитате из блога о фильмах жанра “guycry” подчеркивается истинная мужественность (“true manliness”), нормальность (“not that there is anything wrong with it”) слезливой реакции мужчин на фильмы. В целом наблюдается положительная оценка феномена «мужчины *плачут*».

**“Rated M for Manly”** – жанр фильмов, подчеркивающий мужественность, созданный мужчинами для мужчин, часто включающий в себя сцены драк: “Expect to see perma-stubble, hot blood, improbably muscled males, lots of fighting, stuff blowing up, and if you're lucky, Manly Tears” [TV Tropes]. Традиционно героини в таких произведениях стереотипно женственные, а герои-мужчины сражаются и умирают (часто ради них). Фильмы этого жанра могут иметь не только исключительно мужскую, но и значительно большую женскую аудиторию.

**“Chick Flick”**. В словаре Мерриам Вебстер дефиницию «чикфлика» (“a motion picture intended to appeal especially to women” [Merriam Webster] – кинофильм, предназначенный специально для женщин) предваряет указание: “sometimes *disparaging*” (иногда пренебрежительно).

Однако подобное пренебрежительное отношение к «чикфликаам» не закономерность. Так, Сонни Банч, корреспондент The Washington Post, становится на защиту данного понятия, говоря о том, что люди используют

«чикфлик» как общепринятое культурное сокращение, потому что это удивительно полезная фраза (“*remarkably useful phrase*”): содержательная и запоминающаяся (“*pithy and memorable*”), простая рифма дает ясное представление о том, что имеет в виду человек, который ее произносит [Bunch 2019].

Выше было сказано, что “Chick Flick” – это «кинофильм, предназначенный специально для женщин» [Merriam Webster]. И хотя данная дефиниция прямо не указывает на «слёзную специфику» (как в случае с “Guy-Cry” movies) таких фильмов, она часто предполагается. Так, фильмы жанра «чикфлик» нередко упоминают для сравнения с фильмами «гай-край» [Reddit]. Наименований для «слёзных» женских фильмов множество. Помимо «чик-фликов», имеющих неявный слёзный подтекст, существуют жанры “*Tearjerkers*”, “*Weepies*”, “*Soapers*”, “*Mellers*” [Film Terms Glossary], напрямую апеллирующие к эмоциям зрительниц. Яркими примерами этого жанра являются фильмы «Незабываемый роман» (1957), «Неспящие в Сиэтле» (1993), «Вам письмо» (1998), «Дневник Бриджит Джонс» (2001), «Отпуск по обмену» (2006).

Элисон Уинч, говоря о «женских» фильмах, пользуется понятием “*Girlfriend Flicks*” [Winch 2012]. Синонимические наименования часто возникают и конкурируют друг с другом, и, как правило, в какой-то момент один уступает место другому, или они приобретают каждый свою индивидуальную окраску. О конкуренции можно судить по частоте, продуктивности и продолжительности существования.

Анализируя два синонимичных неологизма “Chick Flick” и “Girlfriend Flick”, мы склонны согласиться с журналистом The Washington Post Сонни Банч, отмечающей запоминаемость и ёмкость рифмованной фразы “Chick Flick” [Bunch 2019].

“*Cozy Mystery*” (Уютные тайны) считается деликатным жанром, в котором нет насилия (или оно сведено к минимуму), ненормативной лексики или откровенного секса. Чаще всего преступление происходит за пределами экрана. Сыщик-любитель (обычно женщина с заурядным хобби или профессией),

которую может сопровождать дружелюбная собака или кошка, раскрывает преступления [TV Tropes].

Гендерным антиподом упомянутого жанра можно назвать *“Dad Thriller”* (“a genre of Hollywood film made in the 1990s that has an intelligent, exciting plot and is designed to appeal mostly to men in their 30s and 40s” [boingboing.net, 17 November 2021]). Триллер для папы основан на судебных драмах, шпионских фильмах, триллерах о заговорах 1970-х гг. и остросюжетных блокбастерах 1980-х гг. Такой фильм может содержать элементы боевика, научно-фантастической картины или фильма-катастрофы, отличаясь от них неким политическим уклоном или морализующим сюжетом, и будет интересен также женщинам [boingboing.net, 17 November 2021]).

Еще одним неологизмом, характеризующим жанр кино, является *“Buddy Film”* (в качестве эквивалента на русском языке предложим «Жанр – напарники»). *“Buddy Film / Picture”* – поджанр фильма (комедии, вестерны, драмы, боевики, дорожные фильмы и т.д.), в которых два непохожих героя (обычно мужского пола) вынуждены работать вместе, часто это пара полицейских [Film Terms Glossary]. Таких фильмов множество («Семь» (1995), «Люди в черном» (1997), «Шерлок Холмс» (2009), «Остров проклятых» (2009), «Мачо и ботан» (2012), «Настоящий детектив» (2014), «Kingsman: секретная служба» (2015), «Агенты А.Н.К.Л.» (2015) и др.). В фильмах подобного рода зачастую присутствует яркое противопоставление главных героев: один является воплощением мужественности, храбрости, ловкости, наделен недюжинной силой и смекалкой, тогда как напарник – его прямая противоположность. Таким образом, в фильме демонстрируются как *справедливые*, так и *искаженные* гендерные стереотипы. Данный неологизм относится к группе *“exclusion of women”* (исключение женщин), отсылающей к неологизмам, которые явно исключают женщин.

У «бадди-фильм» есть и гендерная противоположность – *“Female Buddy Film”* («Жанр – напарницы»). Этот жанр схож с жанром *“Buddy Film”*, за исключением того, что главные героини здесь женщины, и сюжет сосредоточен

вокруг них [IMDb] (к данному жанру, например, относятся фильмы «Копы в юбках» (2013), «Охотники за привидениями» (2016), «8 подруг Оушена» (2018), «Отпетые мошенницы» (2019)). Героини жанра “Female Buddy Film”, как и герои его гендерной противоположности, нередко антонимичны – одна героиня обладает безупречной внешностью, стилем, навыками общения с противоположным полом, тогда как ее напарнице недостает этих качеств. Одним из наиболее часто встречающихся *справедливых* гендерных стереотипов – стремление женщин соответствовать канонам красоты, ведь женщина зависит от стандартов, которые общество предъявляет к внешности особ женского пола [Громова 2016]. Женщины «ассоциируются с красотой, нежностью, которые порой превозносятся» [Ленец, Овсиенко 2018, с. 65]. Итак, в жанре Female Buddy Film можно найти как *справедливые*, так и *искаженные* гендерные стереотипы.

“*Buddy Cop Show*” – фильм, который фокусируется на партнерских отношениях двух мужчин (реже женщин). Если партнерами являются мужчина и женщина, то это почти всегда строго профессиональные отношения [TV Tropes].

“*A Salt and Pepper Movie*” – картина, главными героями которой являются белый человек и чернокожий. Обычно первый из них придерживается строгих правил, в то время как второй не выказывает особого уважения к авторитетам. Чаще всего это полицейские, назначенные партнерами после того, как их старые партнеры умирают / уходят в отставку. Стоит отметить: наличие в фильме персонажей, принадлежащих к двум разным расам, недостаточно для отнесения его к жанру “Salt and Pepper”; должен быть обязательный контраст в личностях главных героев.

“*Bromantic comedy*” (“*Brom-Com*”) имеет схожие черты одновременно с “Buddy film” и “*Rom com*”. В таких фильмах обе ведущие роли отданы мужчинам, отношения между которыми строго платонические. Сюжет Бромантической комедии, в отличие от “Buddy Film”, не сосредоточен вокруг напарников, собирающихся вместе, чтобы преодолеть невзгоды. Освещаются отношения (приятельские, дружеские) между персонажами [TV Tropes].

*“Black Gal on White Guy Drama”* – жанр, в котором романтические отношения темнокожей женщины и белого мужчины подвергаются нападкам (“romantic relationships between black women and white men being subjected to criticism” [TV Tropes]).

*“Girls with Guns Movie”* – поджанр экшн-фильма, который фокусируется на сильных героинях, потрясающе владеющих огнестрельным оружием.

Существует также гендерно окрашенный киножанр “Chick Noir”. *“Chick Noir”* – это психологические триллеры, изображающие страхи и тревоги, с которыми сталкиваются многие женщины. Триллеры транслируют идею, что вы никогда не можете быть уверенными в своем муже или партнере [Independent]. В жанре «чик-нуар» мы чаще всего наблюдаем героинь в опасности: психологической, интимной, физической. «Чик-нуар» схож с жанром *“Fem-Jep”* (female in jeopardy) или *“WIP”* (women in peril).

Данный неологизм (как и предыдущий) можно отнести к группе “exclusion of men” (исключение мужчин, по аналогии с “exclusion of women”), отсылающей к неологизмам, которые явно исключают мужчин.

При изучении гендерного компонента в кино поджанр “Fem-Jep” представляет особый интерес, так как в основе сюжета лежит противопоставление женского и мужского начал – фемининной хрупкости и маскулинной силы.

Согласно Джиму Батлеру, в фильмах жанра «дама в беде» женщина попадает в смертельно опасную ситуацию против ее воли, где нет выхода и нет никого, кто мог бы защитить ее или помочь ей [Mariani 1975]. Однако не всегда в подобных фильмах у женщин нет защитников. Так, Х. Эфрон считает, что из беды даму должен спасти «рыцарь в сияющих доспехах»: “Female in Jeopardy puts a gorgeous woman in peril; she is stalked, kidnapped, or otherwise besieged by bad guys and has to be rescued by a knight in shining armor. Sometimes the chick saves herself” [Ephron 2005] (Жанр «дама в беде» предполагает, что роскошная женщина оказывается в опасности; ее преследуют и похищают плохие парни, и

ее должен спасти рыцарь в сияющих доспехах. Порой дамочка спасает себя сама). И хотя автор имел в виду *романы* подобного содержания, в кинематографе также можно найти большое количество примеров поджанра “Fem-Jep” (*Panic Room* – «Комната страха», 2002; *Flight Plan* – «Иллюзия полёта», 2005; *The hills have Eyes* – «У холмов есть глаза», 2006; *The brave one* – «Отважная», 2007; *The Girl with the Dragon tattoo* – «Девушка с татуировкой дракона», 2011; *The Girl in the Spider’s Web* – «Девушка, которая застряла в паутине», 2018 и др.).

Жанры “Chick Noir” и “Fem-Jep” транслируют *справедливые* гендерные стереотипы – согласно их основной сюжетной линии, хрупкая, беззащитная особа попадает в беду, из которой выручить ее чаще всего призван мужчина. Случается, что дама спасает себя из беды сама, однако в этом случае можно будет сделать вывод об *искажении* стереотипа фемининности.

“*Girls Behind Bars*” – киножанр, сюжетным центром которого является пребывание женщин в местах лишения свободы [TV Tropes].

“*Mondo*” – итальянский жанр эксплуатационных фильмов, который претендовал на документальность, но чаще всего использовал реальные темы для шокирующего эффекта, надеясь заработать на *мальчиках-подростках*, которые пришли посмотреть на кровь, секс и сенсационные сюжеты. Фильмы “Mondo”, также называемые “*Shockumentaries*”, были документальными фильмами, которые отображали темную сторону общества и культуры по всему миру.

Другим неологизмом, относящимся к группе слов, обозначающих жанры кино, является “*Drag*”. В таких фильмах артисты, облаченные в одежду противоположного пола, карикатурно изображают гендерные стереотипы посредством использования ярких костюмов и преувеличенной манерности [Merriam Webster].

“Cambridge Dictionary” наряду с основными значениями данного слова дает следующее его определение: “the activity of dressing in clothes of the opposite sex, especially of a man dressing in women's clothes, often for humorous entertainment” [Cambridge Dictionary] (акт облачения в одежду

противоположного пола, особенно если мужчина переодевается в женское платье, часто для юмористически-развлекательных целей).

Фильмов с элементами переодевания в одежду противоположного пола множество («В джазе только девушки» (1959), «Парни не плачут» (1999), «Мулан» (1998), «Белые цыпочки» (2004), «Далласский клуб покупателей» (2013), «Девушка из Дании» (2015), «Сплит» (2017), «Парни из женской общаги» (2002), «Тутси» (1982), «Миссис Даутфайр» (1993), «В спорте только девушки» (2014), «Она – мужчина» (2006), «Голая правда» (1992), «Монахини в бегах» (1990), «Здравствуйте, я ваша тетя!» (1975), «Тетка Чарлея» (1941), «Дом большой мамочки» (2000) и др.). Одним из самых известных среди них, пожалуй, является картина Билли Уайлдера «В джазе только девушки» (“Some Like it Hot”, 1959), по сюжету которой двое мужчин скрываются в женском облике от преследующих их гангстеров. Выбранный жанр “Drag” неминуемо выводит гендерные стереотипы на первый план, так как герои оказываются в непривычной роли – представителей противоположного пола, что позволяет им и зрителю отчетливее воспринимать стереотипические представления общества, зачастую незаметные в обычной ситуации.

“*Otokono Genre*” – японский жанр для мужчин, фокусирующийся на романтических или эротических ситуациях с участием привлекательных трансвеститов мужского пола.

В 1992 г. киновед по имени Б. Руби Рич ввела термин “*New Queer Cinema*” («Новое квир-кино») для обозначения фильмов, свидетелем появления которых она стала в последние несколько лет. Первоначально это движение было описано как независимые фильмы на ЛГБТ-тематику начала 1990-х гг., которые набирали популярность, несмотря на их трансгрессивную форму и содержание. В настоящее время этот термин более широко используется для обозначения фильмов на квир-тематику, снятых примерно с 1989 гг., в которых, в частности, персонажам «не обязательно умирать или быть несчастными, чтобы успокоить блюстителей морали». Это квир-фильмы, которые отвергают гетеронормативность [TV Tropes].

“*Euroshlock*” относится к ряду европейских артхаусных фильмов, построенных на материалах, которые могут шокировать и / или оскорбить зрителей. Часто присутствует откровенно сексуальный контент (как правило, женский), чрезмерно кровавые сцены. Так как в откровенных сценах зачастую принимают участие персонажи женского пола, можно заключить, что нацелены данные фильмы в основном на мужчин. Содержание этих фильмов может быть сентиментальным по тону и иметь посыл, что развратный секс приведет к страданиям и смерти (“The content of these films may be maudlin in tone and have the *unfortunate* message that “depraved” sex will lead to misery and death” [TV Tropes]).

Понятие “*Blaxploitation*” относится к жанру фильмов, довольно популярному в 1970-е и начале 1980-х гг., в которых чернокожим героям приходится вступать в бой с врагом или решать проблемы способами, связанными с насилием, запугиванием. Жанр был придуман ассоциацией NAACP (National Association for the Advancement of Colored People), когда критиковались жанры фильмов, изображающие афроамериканцев (“It was coined by the NAACP when it was criticizing the genre for what it considered to be a *negative* image for African-Americans” [TV Tropes]). Особенность этого жанра заключается в том, что наиболее значимым признаком главного героя является цвет его (или ее) кожи, а также стереотипные черты: устрашающая внешность, «природная предрасположенность» к независимости, неуважение к власти, полное пренебрежение к манерам, предпочтение насильственных решений, а не дипломатии.

В одном ряду с “Blaxploitation” стоит также жанр “*Hood Film*”, появившийся конце 1980-х и 1990-е гг. в США. Главными героями обоих названных жанров зачастую являются персонажи мужского пола. Основное внимание в фильмах данного жанра уделяется жизни рабочего класса чернокожих или (реже) латиноамериканцев в американских гетто (или “hood”, что является сокращением от “neighborhood”). Общие темы: групповое насилие, жестокость полиции, институциональный расизм, подростковая беременность,



родители-наркоманы и обычные проблемы взросления в бедности (“*gang violence, police brutality, institutional racism, teen pregnancy, junkie parents, and commonplace problems of growing up in poverty*” [TV Tropes]). Академические учреждения в пределах указанного района, как правило, представляют собой плохо финансируемые школы в запущенном состоянии (“*poorly-financed and horribly-run Inner City Schools*” [TV Tropes]), где выдающийся учитель призван спасти учеников. Хип-хоп-музыка и культура часто имеют большое значение.

**“Geriation”** (*geriatric* + *action*) – an action movie genre that features aging actors in the lead roles [Word Spy] (жанр боевика с участием стареющих актеров в главных ролях).

“...in recent years we've seen the rise of films like ‘The Expendables’ and ‘Taken’, where the stars maybe well into their fifties and beyond, but you can still completely buy that they could kick your \*\*\*. These are men. *Real manly men* who eat raw steak. This new breed of action film has been lovingly dubbed ‘Geriation’...” [WhatCulture.com] (...в последние годы снимают все больше таких фильмов, как «Неудержимые» и «Заложница», где звездам уже за пятьдесят, но вы все еще можете с легкостью поверить, что они надерут вам \*\*\*. Это мужчины. Настоящие мужественные мужчины, которые едят сырой стейк. Это новое поколение боевика было с любовью названо «Geriation»...).

Из приведенного пояснения следует, что жанр “Geriation” помогает преодолеть ностальгию по старым-добрым героям боевиков, возвращая их в привычный сеттинг, полный опасности и требующий искоренения зла.

**“Legacyquel”** – a movie that continues a long-running franchise, but with a *younger* actor taking over the lead role [Word Spy] (фильм, который продолжает давнюю франшизу, но с молодым актером, исполняющим главную роль).

“Though there are still occasional reboots or prequels, this very *specific* kind of sequel – in which beloved aging stars reprise classic roles and pass the torch to younger successors – is becoming *increasingly common* in the American film industry. These movies are all about *revitalizing* old franchises through the notion of *legacy*, leading to this current wave of what we could call ‘legacyquels’” [Singer 2015]. (Хотя сейчас

порой создают «перезагрузки» или приквелы фильмов, этот весьма специфический вид сиквела, в котором любимые стареющие звезды исполняют ставшие классическими роли и передают эстафету молодым преемникам, становится все более распространенным явлением в американской киноиндустрии. Эти фильмы посвящены оживлению старых франшиз молодыми актерами, что приводит к нарастанию волны того, что мы могли бы назвать “Legacyquel”).

Интернет-критик Мэтт Зингер видит в «легасиквелах» возрождение полюбившихся сюжетов и героев путем не просто *замены* стареющего актера, но и передачи эстафеты от одного героя другому в ходе сюжета.

Понятие “*Slasher Film*” (since 1978, [Online Etymology Dictionary]) (aka “*Splatter Films*”) обозначает обычно малобюджетный фильм (cheaply-made film) (часто в жанре ужасов), предназначенный для подростковой аудитории, утрированно кровавый (deliberately made to contain gory <...> deaths), без саспенса и стройного сюжета (without any build-up, style or suspense), с серийным убийцей в роли антагониста [Film Terms Glossary]. Убийца преследует жертв (зачастую девушек) и безжалостно расправляется с ними. В конце концов остается только одна девушка, обычно невинная и положительно охарактеризованная в фильме, которая освободит мир от ужасного убийцы.

“Slasher (или Splatter) Film” отличает несколько негативных параметров: “cheaply-made”, “deliberately made to contain gory deaths”, “without any build-up, style or suspense”.

Часто сцены, демонстрируемые на экране, пропагандируют нездоровый образ жизни или даже эстетизируют его. Примером могут служить фильмы или видео, объединенные лексемой “*Smexploitation*” (Рисунок 12) – “describes movies or videos that eroticize the act of smoking a cigarette” [Word Spy] (описывает фильмы или видео, которые эротизируют акт курения сигареты). “Since the video’s debut last fall, scores of fans have forked over \$34.95 (US) to watch Paula puff. She is part of a smoldering underground of video companies that make and peddle “smexploitation” films – movies that feature fully clothed, attractive women who do

nothing but smoke” [Hwang 1996] (С момента дебюта видео прошлой осенью множество фанатов потратили более 34,95 долларов США, чтобы посмотреть, как Пола выпускает дым. Это короткометражка тлеющего подполья видеокомпаний, снимающих и продающих фильмы “Smoxploitation”. Такие картины демонстрируют полностью одетых, привлекательных женщин, которые ничего не делают, а только курят). Эротизация данной вредной привычки на экране популярна и в настоящее время. Курят Жюли в «Три цвета: синий» (1993), Миа в «Криминальном чтиве» (1994), Вирджиния Вульф в «Часах» (2002), дымит Ларита в «Легком поведении» (2008), красиво выпускает дым Ава в «Городе грехов» (2014), курит Кэрол в одноименном фильме (2014), не растает с сигаретой и Ванесса в «Страшных сказках» (2014–2016). Эстетизируется и мужское курение. Фемининный компонент, присутствующий в дефиниции электронного словаря “WordBueno”, нивелируется, деля курение универсальным для обоих полов: “a genre of fetish films that focus on a person smoking a cigarette” [WordBueno] (жанр фетиш-фильмов, показывающих человека, курящего сигарету). Например, в сериалах «Острые козырьки» (2013–2022) и «Настоящий детектив» (2014 – настоящее время) сигарета в зубах – неотъемлемый атрибут брутального мужчины.



Рисунок 12 – Моника Беллуччи в фильме «Малена»

Негативное отношение к фильмам данного жанра, а также отрицательное влияние фильмов “Smoxploitation” на зрителей, однако, в дефиниции не упоминается, а в контекстном поле затрагивается чрезвычайно поверхностно. Например, в работе Роберта Сильверберга “Reflections and Refractions” «красивое курение» отрицательно сказывается лишь на здоровье и внешнем виде актрис: “The actresses – many of whom aren’t smokers in real life, and say that they get pretty *glassy-eyed* and *green around the gills* after a long *grim* day before the camera – are trained in such arcane technical skills as ‘snap inhale’...”, “What we have here, in fact, is a brand new kind of fetishism [that] substitutes the passion and fever that arises from watching a pretty woman suck combustion products into her lovely and *irreplaceable* lungs” [Silverberg 2016]. Такие лексемы, как “glassy-eyed” (с остекленевшими глазами), “green around the gills” (нездоровый, бледный), “grim” (мрачный, зловещий) и “irreplaceable” (невосстановимый, незаменимый) имеют отрицательную коннотацию. В целом контекстное поле данной лексемы имеет, скорее, положительную окраску, указывая на “*rebellious and defiant nature of women who are so free of inhibition and social restraint that they are willing to flaunt on video their defiance of today’s taboo against lighting up*” [Silverberg 2016]. Данный факт сигнализирует об опасности, на наш взгляд, так как подобная эстетизация и эротизация этой вредной привычки оказывает манипулятивное воздействие на зрителей, возможно, и не призывая курить, однако заставляя воспринимать курение как нечто привлекательное, бросающее вызов общественному мнению.

С точки зрения гендера неологизмы, именующие киножанры, отражают как справедливые гендерные стереотипы (маскулинно-фемининные, связанные с разделением труда и потребительскими практиками), так и искаженные (предлагающие противоположную существующей трактовку канонов внешнего вида и поведения представителей того или иного пола). Традиционно «*мужские*» фильмы (Рисунок 13) отличаются наличием драк, кровавых сцен, перестрелок, нецензурной лексики, постельных сцен, преимущественно мужским актерским



чтобы заставить зрителей-мужчин плакать или наблюдать за трансвеститами (и другими меньшинствами) мужского пола, а женских персонажей – братья за оружие и вызволять себя из беды самим, претерпевать тяготы в местах лишения свободы, заниматься спортом, починкой техники. Мужчины и женщины в этих фильмах меняются своими социальными ролями и психофизиологическими характеристиками, что отражает существующие в настоящее время гендерные тенденции.

*Оценочный* компонент неологизмов, именующих киножанры, проявляется в комментировании предпочтений, выражаемых зрителями-мужчинами и зрителями-женщинами: в дефинициях и контекстном поле данных неологизмов подчеркивается, что мужчины предпочитают так называемые мужские фильмы (отличающиеся наличием упомянутых элементов), а женщины, соответственно, женские (демонстрирующие предпочитаемый представительницами слабого пола контент). В то же время оговаривается, что женщины часто становятся зрителями предположительно «мужского» контента, тогда как мужчины, напротив, не уделяют внимание «чикфликам».

### 3.3 Неологизмы, характеризующие процесс создания кино и его восприятия, приемы и побочные продукты киноиндустрии

В данном параграфе мы обратимся к такой группе неологизмов кинодискурса, как неологизмы, характеризующие процесс киновосприятия (чем кинозрители занимаются во время просмотра фильмов, как много и часто они смотрят киноленты, как относятся к просмотру тех или иных картин) и создания киноленты, его побочные продукты (то, что создают под впечатлением от той или иной картины) и последствия (на что может сподвигнуть просмотр кинокартины), приемы (чаще всего привлекающие ту или иную целевую аудиторию) киноиндустрии и персонажей кинофильмов (Рисунок 15).

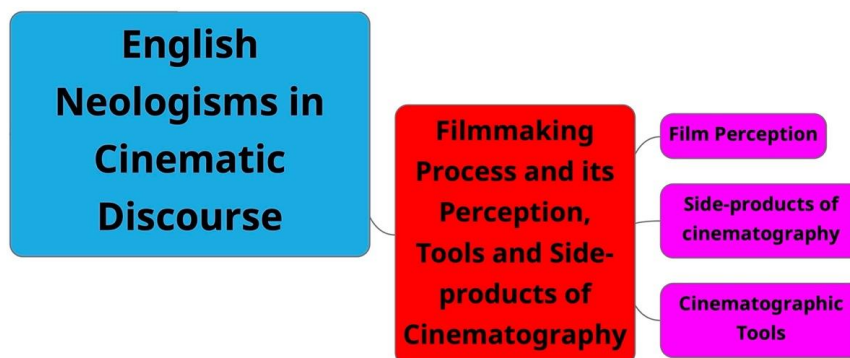


Рисунок 15 – Неологизмы, характеризующие киновосприятие, побочные продукты и приемы кинематографа

*“Gender-Bent Alternate Universe”* – альтернативная вселенная, похожая на действительность, за исключением того, что почти все люди из оригинальной вселенной предстают в противоположном гендере.

*“Fanfic”* (short for *“Wordfanfiction”*) – это история, написанная поклонниками (объединяющимися в *“Fandoms”*) фильма, книги, телешоу о персонажах и мире этого фильма / сериала, обычно без разрешения автора [Urban Dictionary]. В «фанфиках» не является редкостью так называемый *“Shipping”* (от слова “relationship”) (представление персонажей, реальных людей или мультяшных героев в романтических отношениях). Вымышленную романтическую пару в «фанфиках» принято называть *“OTP”* (*“One True Pairing”*) [Urban Dictionary]. Продолжая тему «фанфиков», стоит сказать об интересном феномене *“Out of Character”* (aka *“OOC”*). Это своего рода «слом четвертой стены», когда автор «фанфика» перестает писать от имени персонажа и говорит со своим читателем [Urban Dictionary].

Данные феномены указывают на то, что фильмы / сериалы и их герои побуждают кинозрителей действовать за рамками кинематографа как производителя движущихся изображений, оставаясь при этом в пределах кино вселенной.

*“Fan Disillusionment”* (разочарование фанатов, в результате которого они прекращают просмотр сериала / сиквелов фильма), *“Fan Edit”*

(версия фильма, созданная его фанатами, с корректировками некоторых элементов).

Случается, что целевая аудитория фансервиса (т. е. зрители) не остается удовлетворенной увиденным на экране и берет дело в свои руки, создавая «фанфики», где тот или иной персонаж становится более привлекательным. Такой феномен принято называть “*Self-Fanservice*”.

Боевых персонажей женского пола стало так много, что появилось понятие “*World of Action Girls*”: сейчас существует множество тропов и архетипов, которым без особых усилий удастся сочетать двойную дозу женственности и двойную дозу дерзости (“a double-dose of femininity and a double-dose of asskickery” [TV Tropes]). Существует множество примеров сильных героинь видеоигр, фильмов, комиксов и т.д.

Некоторые создатели кинолент для привлечения зрителей помещают в фильмы потенциально привлекательные фрагменты. Таким фрагментом, например, является “*Fanservice Faux Fight*”. Он состоит в участии персонажей (обычно женского пола) в не особенно серьезной битве или физическом испытании. Это может быть бой подушками (например, на пижамной вечеринке), соревнование по волейболу или борьба в грязи. Гардероб при этом обычно минимален (“it may be a pillow fight (such as at a Slumber Party), a volleyball contest or Mud Wrestling. Expect the wardrobe to be skimpy and the action to be bouncy” [TV Tropes]).

Еще одним таким потенциально привлекающим эпизодом можно назвать “*Fanservice Car Wash*”. В таком эпизоде привлекательные персонажи участвуют в мойке автомобиля, прикрыв чаще всего лишь интимные части тела. Главные герои картины могут мыть машины для сбора средств, к примеру, на путешествие или покупку чего-то. Второстепенные персонажи также нередко участвуют в этом виде фансервиса, не влияя на сюжет, но привлекая зрителя (“The characters will just as often be shown playing around and cooling themselves off with hoses and sponges or otherwise doing something that emphasizes their beauty” [TV Tropes]).



С целью привлечения аудитории в картину включают также *“Workout Fanservice”*. Это вид фансервиса с привлечением персонажа (обычно это мужчина), занимающегося спортом. Зритель наблюдает за сокращением мышц (которые отчетливо видны, так как персонаж обычно обнажен до пояса), восхищается спортивной фигурой персонажа (“It gives ample opportunity to watch sweaty bodies in constant motion, labored breathing, muscle flexing” [TV Tropes]).

В этом же ряду стоит упомянуть *“Fanservice with a Smile”*. Данный вид фансервиса осуществляется обслуживающим персоналом женского пола в откровенных нарядах. Такой второстепенный персонаж может быть в костюме горничной, короткой юбке, носить топ с глубоким вырезом, короткие шортики. Реже такой представитель обслуживающего персонала может быть мужчиной, одетым так, чтобы подчеркнуть его телосложение (“Female serving staff wearing revealing outfits. Can be anything from a maid costume to a short skirt and low-cut top <...>. Less commonly, the serving staff may be male, and dressed to expose or accentuate his physique” [TV Tropes]).

Интересен феномен так называемого Иностранного фансервиса – *“Foreign Fanservice”*. Порой повествование сексуализирует персонажа – представителя другой культуры. Этот троп называет персонажей, чье происхождение обыгрывается как часть их сексуальности. Исторически сложилось так, что практически в каждой культуре существовало табу на браки с чужаками, что порождало как страх перед иностранцами, так и соблазн запретного плода. Обе эти концепции лежат в основе привлекательности персонажа Иностранного фансервиса, более экзотичного и сексуального, чем местные актеры (“Historically, pretty much every culture had a taboo against marrying outsiders, which created both a fear of foreigners “stealing” their people and a forbidden fruit allure. Both of these concepts underpin the appeal of the Foreign Fanservice character, who is interestingly exotic and tends to be more sexual than the native cast members” [TV Tropes]).

Существует также Родительский фансервис – *“Parent Fanservice”*. Это феномен, при котором в мультфильмы или семейные игровые фильмы

включается контент (чаще всего в виде привлекательных персонажей), потенциально привлекательный для взрослой аудитории (“an all-ages work throws in a bit of mild sexiness to provide extra entertainment for parents and older siblings” [TV Tropes]).

Порой персонажи (в особенности женского пола) становятся более привлекательными во время показа шоу. Иногда в результате полового созревания более молодой персонаж (или актриса) по мере взросления начинает «расцветать». Такой феномен именуют “*Fanservice Pack*”.

Если “Mr. Fanservice” и “Ms. Fanservice” вводятся в сюжет фильма для привлечения внимания представителей того или иного пола, то “*Fan Disservice*” (Рисунок 16) действует по обратному принципу. Это намеренное использование создателями картины окружающих обстоятельств с целью сделать сцену откровенно жуткой, отвратительной или смешной (“creators intentionally use the circumstances around it to make the scene outright creepy, disgusting and / or just plain ridiculous” [TV Tropes]). Трупы в сексуальных позах, обнажение перед камерой персонажа, которого совсем не хотелось бы видеть обнаженным (“corpses in sexy poses, <...> seeing someone naked who you really wouldn't want to see naked...” [TV Tropes]).



Рисунок 16 – Пример “Fan Disservice”

Порой боевая героиня становится более мягкой, меняет свои «доспехи» на красивые наряды, начинает интересоваться такими темами, как романтические отношения, замужество, материнство. Такая трансформация называется “*Chickification*” (“She exchanges her armor for outfits that show off her figure.

Her plotlines become increasingly centered around romance, dating, and fears that she isn't married yet” [TV Tropes]).

Сходным понятием является *“Girliness Upgrade”*. Это феномен трансформации героини, сперва представленной грубой, неуклюжей, не интересующейся модой, в привлекательную особу. Чаще всего это совпадает с тем, что девочка вырастет и / или каким-либо иным образом развивается характер (вспомним схожее понятие *“Fanservice Pack”*), в результате чего, по видимому, ей начинают нравиться платья и украшения. В этом же ряду упомянем *“Adaptational Attractiveness”* (придание персонажу из произведения большей привлекательности, чем в оригинальной версии, при помощи красивого актера). Противоположные понятия – *“Adaptational Ugliness”*; *“Beauty Inversion”*, ситуация, когда привлекательный актер намеренно использует протезы и / или грим, чтобы сделать себя уродливым для роли. *“Historical Beauty Update”* – придание исторической личности большей привлекательности, чем на самом деле. Противоположное понятие – *“Historical Ugliness Update”*).

Противоположным *“Chickification”* понятием является *“Xenafication”*. Название происходит от «Зены: королевы воинов». Таким образом, зенафикацию можно определить как «превращение в Зену» (*“The title comes from Xena: Warrior Princess <...>. Xenafication thus can be defined as ‘becoming like Xena’”* [TV Tropes]).

*“The Smurfette Principle”* – это принцип кастинга, при котором актерская группа состоит из нескольких мужчин и одной женщины. Впервые это понятие появилось в статье Кати Поллитт в *New York Times*, опубликованной 7 апреля 1991 г., под названием *“The Smurfette Principle”*. В статье обсуждался негативный посыл: мужчины – это индивидуумы, чья жизнь полна приключений, в то время как женщины – это своего рода отклонение от нормы по отношению к мужчинам [TV Tropes].

**“Chromosome Casting”** – подбор актеров, при котором в фильме фигурируют только персонажи мужского или только персонажи женского пола (большинство подобных работ тяготеют к первому варианту).

**“Gender Reveal”** (обнаружение гендера) происходит, когда раскрывается истинный пол персонажа либо зрителям, либо другим персонажам. Пол может быть полностью скрыт или казаться противоположным их истинному полу, раскрытому аудитории, или известен аудитории и раскрыт персонажам. Причины путаницы варьируются от преднамеренных действий персонажа (кросс-дрессинг и искажение гендера) до просто естественного появления, вводящего в заблуждение.

**“Cross-Dressing Voices”** – ситуация, при которой актер озвучивает персонажа противоположного пола.

**“Viewer Gender Confusion”** – мисинтерпретация гендера зрителем. Случается, что зритель, длительное время смотрящий сериал, обнаруживает, что персонаж, в гендере которого он не сомневался, на самом деле является представителем противоположного пола. **“Female Monster Surprise”** – удивление, связанное с обнаружением того, что монстр является представителем женского пола. **“Alien Gender Confusion”** – путаница, возникающая при различении полов чужеродных видов, инопланетян.

Во избежание гендерной путаницы создатели мультфильмов нередко прибегают к некоторым универсальным приемам, добавляя персонажам так называемые **“Secondary Sexual Characteristics”** (“visual differences between male and female members of a species” [TV Tropes]) и **“Tertiary Sexual Characteristics”** (“Accessories and other non-biological traits used to indicate someone's gender” [TV Tropes]). Так, изображая *самку*, мультипликаторы добавляют заметные ресницы (“noticeable eyelashes” [TV Tropes]), а иногда и тени для век (“eyeshadow” [TV Tropes]), бант или цветок (“a bow or a flower” [TV Tropes]), какой-нибудь тип украшений (“some type of jewelry” [TV Tropes]), одежду и / или аксессуары розовых, фиолетовых или пастельных тонов (“pink, purple, or pastel-colored” [TV Tropes]), наряд, обнажающий живот (“midriff baring

outfit” [TV Tropes]), губную помаду (“lipstick” [TV Tropes]), высокие каблуки или форму ног, намекающую на ее пол (“high heels, or a leg shape suggestive of them” [TV Tropes]), накрашенные ногти (“painted fingernails / toenails / claws” [TV Tropes]), юбка (“a skirt” [TV Tropes]), длинные волосы (“long or heavily-styled hair” [TV Tropes]), полный комплект одежды (эквивалентные персонажи мужского пола носят минимум одежды) (“a full outfit” [TV Tropes]), скромную сидячую позу (“sitting with legs closed, keeping limbs more to herself” [TV Tropes]), девчачий бег (“girly run” [TV Tropes]). Для изображения *самца* создатели мультфильмов также прибегают к помощи внешних атрибутов. Так, для самцов типичны бейсболка или цилиндр (“a baseball cap or top hat” [TV Tropes]), галстук или бабочка (“a necktie or bowtie” [TV Tropes]), брюки (“pants” [TV Tropes]) (или отсутствие штанов, если эквивалентные женские персонажи полностью одеты), оранжевый или оранжево-полосатый мех на (кошках-самцах) (“orange or orange tabby fur on male cats” [TV Tropes]) (особенно в паре с белыми кошками-самками), одежда синего, красного или более темного цвета (“wearing blue, red or darker, bolder, or more deeply colored clothing” [TV Tropes]), короткие волосы или их отсутствие (“baldness or short hair” [TV Tropes]), усы или борода (“a moustache, goatee or beard” [TV Tropes]), сигара (“a cigar” [TV Tropes]), шрам (“a scar” [TV Tropes]).

Кинопроизводители нередко пользуются гендерными стереотипами для создания подчеркнуто женственных или мужественных персонажей: “*All Girls Like Ponies*”, “*Girls Love Stuffed Animals*”, “*Girls Love Chocolate*”, “*All Women Love Shoes*”, “*All Women Are Lustful*”, “*All Women Are Prudes*”, “*All Girls Want Bad Boys*” (“the stereotype that women are only attracted to rude and rebellious men” [TV Tropes]), “*All Women Hate Each Other*” (“women either openly or secretly dislike each other, even when they are supposed to be friends”), “*Dumb Blonde*”, “*Feminine Women Can Cook*”, “*Women Prefer Strong Men*”, “*Girls Are Really Scared of Horror Movies*”, “*Men Like Dogs, Women Like Cats*”, “*No Guy Wants to be Chased*”, “*All Guys*

*Want Cheerleaders*”, “*All Guys Want Sorority Women*”, “*All Men are Perverts*” (“the stereotype that men are all only interested in sex”), “*A Man is Always Eager*” (“the stereotype that when a man is in an opportunity for sexual intercourse, he will gladly take the chance without thought”), “*Dads Can’t Cook*”.

“*Unsettling Gender-Reveal*” – ситуация, когда пол персонажа оказывается иным, чем думал тот, кто испытывал к нему романтическое влечение, разочаровывая последнего.

“*Jumping the Gender Barrier*” – сюжетный поворот, при котором романтика возникает из-за того, что один из двух людей осознает свою принадлежность к противоположному полу.

Гендерно-окрашенным понятием данной группы можно назвать “*Gender-Bending Role*” – как правило, это переодевание, в котором мужчина или женщина играет персонажа противоположного пола (Рисунок 17) [Film Terms Glossary] («В джазе только девушки» (1959), «Тутси» (1982), «Виктор / Виктория» (1982), «Парни не плачут» (1999) и др.). Феномен переодевания актера в одежду противоположного пола встречается нередко (вспомним уже упомянутый жанр “Drag”). У “Gender-Bending” существуют свои неписанные законы. Например, основным из законов такого киноприема является переодевание мужчины в женщину, очень редко – наоборот (“not only are male-to-female Gender Benders a lot more common than their female-to-male counterparts, they are also a lot more permanent” [TV Tropes]). Второй закон гендер-бендинга – постепенное «привыкание» персонажа к новому образу (“a fictional character that gets his or her gender bent often becomes gradually accustomed to life as a new man or woman” [TV Tropes]). Третьим законом гендер-бендинга является неизменное столкновение героя со стереотипами, связанными с гендером его нового образа (“any gender bent character will either embrace or be subject to all of the stereotypes associated with their new gender”).

Рассуждая о справедливости или ложности представляемых в подобных фильмах гендерных стереотипов, можно выдвинуть предположение о

превалирующей *справедливости* таковых: переодевшись в одежду противоположного пола, герой старается соответствовать непривычной для него роли, используя для этого преувеличенную манерность, чрезвычайно яркую одежду и макияж (если речь идет об облачении в даму), старается вести себя как можно грубее, brutальнее (перевоплощаясь в мужчину).

**“Gender-Bender Friendship”** – дружба между персонажами, где один из героев выдает себя за представителя противоположного пола, чтобы сблизиться с объектом своей любви.



Рисунок 17 – Пример гендер-бендинга: слева – Призрак (Ghost) в комиксах, справа – Призрак (Ghost) в кинематографической вселенной

В данном случае стоит также упомянуть лексему **“Gender Twist”** (or **“Gender Flip”**), это ситуация, когда ту или иную роль, которую традиционно играет мужчина или женщина, играет представитель противоположного пола [Film Terms Glossary]. Сходным понятием является **“Cross-Cast”** – “to cast women in men's roles and vice versa” [Macmillan Dictionary] (снимать женщин в традиционно мужских ролях и наоборот). Примеры “Gender Twist” и “Cross-Casting”: Розалинд Рассел в роли Хильди Джонсон в фильме «Его девушка Пятница» (это изначально мужская роль) (1940), Джуди Денч в роли Эм в «Бондиане» (Рисунок 18), Павел Воля в роли Вадика в картине «Служебный роман. Наше время» (2011), Ленни Кравиц в роли Цинны в серии фильмов

«Голодные игры», Мелисса Маккарти в роли Сюзан Купер в фильме «Шпион» (2015). Данный феномен предполагает *искажение* гендерного стереотипа: традиционно мужская роль исполняется женщиной (и наоборот), а значит, персонаж наделяется несвойственными его полу характеристиками. Так, персонаж Джуди Денч в «Бондиане» наделен, скорее, мужскими чертами, нежели женскими: Эм решительна, скупа на эмоции, склонна мыслить рационально. Данные понятия не стоит путать с “Gender-Bending roles” в картинах жанра “Drag”, где актеры буквально переодеваются в одежду и стараются перенять манеру поведения противоположного пола, изображая, хоть и утрированно, справедливые гендерные стереотипы.



Рисунок 18 – Джуди Денч в роли Эм в «Бондиане»

Схожими являются понятия “*Dismissed Gender*” (ситуация, когда на экране появляется персонаж, чей пол не совпадает с ожиданиями аудитории), “*Historical Gender Flip*” (персонаж является узнаваемой фигурой из истории, но предстает в противоположном гендере).

В этом же ряду стоит понятие “*Body Swap*” (aka “*Freaky Friday*” *flip*). “Body Swap” (обмен телами) происходит, когда два или более персонажа меняются телами (или обмениваются разумами) с помощью какой-либо формы магии. Как правило, посредством этого достигается погружение в жизнь друг друга (“a deeper appreciation of the other's life is attained” [TV Tropes]). В обмене телами участвуют персонажи разного возраста, пола, расы или социального класса. Так, в фильме “The Hot Chick” («Цыпочка», 2002) главные герои (невзрачный мужчина и старшеклассница) меняются телами и познают прелести



и трудности жизни противоположного пола. Другими примерами фильмов, в которых персонажи противоположных полов меняются телами могут служить “It’s a Boy Girl Thing” («Мальчик в девочке», 2006), “Dating the Enemy” («Их поменяли телами», 1996). Среди фильмов, где главный герой просыпается (воскресает) в теле противоположного пола, можно назвать “Switch” («Подмена», 1991), “Mr Ya Miss” («Мужчина?... Женщина!», 2005), “Ai yeh lui rang yau” («Фальшивая леди», 1992).

Создатели кинофильмов нередко стараются сделать актеров (особенно женского пола) более привлекательными внешне. Данный феномен принято называть “*Digital Surgery*” – post production techniques used to make actors appear taller and slimmer, and less wrinkled [Cambridge Dictionary]. Так, в частности, в новостном портале Daily Mail говорится о том, что создатели голливудских фильмов используют «цифровую хирургию», чтобы женщины-знаменитости выглядели выше и стройнее [Daily Mail]. Подобные «манипуляции» с женской внешностью неслучайны: они отражают упомянутый *справедливый* гендерный стереотип – следование женщинами канонам красоты. Дамы зависят от диктуемых обществом установок касательно внешности прекрасного пола.

Следующие гендерно противоположные неологизмы также характеризуют процесс создания фильмов, визуальный контент которых чаще всего зависит от пола режиссера, а также потенциальной целевой аудитории – male gaze and female gaze. Согласно данным веб-сайта TV Tropes, “*Male Gaze*” («мужской взгляд») – это визуальный контент, возникающий из предположения, что аудитория в основном состоит из мужчин и предполагающий наличие привлекательного женского персонажа. «Мужской взгляд» проявляется в интересе режиссера / оператора (обычно мужчины) к персонажам-женщинам, что приводит к сосредоточению внимания на груди, ногах, ягодицах и других привлекательных женских формах (“women shapes”), даже (и чаще всего) когда это не несет смысловой нагрузки [TV Tropes].

Порой зрителя (геймера или другого потребителя) намеренно завлекают картинкой, где изображена привлекательная женщина, даже если такое изображение необоснованно. Существуют такие лексемы, как “*Sexy Packaging*”, “*Sex Sells*”, раскрывающие тему необоснованного использования подобных изображений для привлечения покупателей. Объединяющим понятием для всех перечисленных можно назвать “*Sex Sells*”. Данное понятие указывает на феномен продаваемости секса: “just think about it: you want people to buy what you sell. People buy what they like. People like sex. So you should equate what you sell with sex! That is, you use a sexy image on an advertisement to sell the product. The thing is that the product has almost nothing to do with the image. It's simply an attention grabber, or something that causes a Pavlovian response that associates the product with sex” [TV Tropes] (подумайте об этом: вы хотите, чтобы люди покупали то, что вы продаете. Люди покупают то, что им нравится. Людям нравится секс. Так что вы должны приравнять то, что вы продаете, к сексу! То есть вы используете сексуальное изображение в рекламе, чтобы продать продукт. Все дело в том, что продукт не имеет почти никакого отношения к изображению. Это просто привлечение внимания или что-то, что вызывает павловскую реакцию, которая связывает продукт с сексом). По принципу “Sex sells” появляется “*Sexy Packaging*” (Рисунок 19). Согласно данным сайта TV Tropes, данное понятие предполагает использование на обложке или упаковке продукта (фильм, игра и др.) откровенно сексуальных образов. Не имеет значения, действительно ли продукт связан с сексом или нет. Это могут быть обложки для порнофильмов или наклейка на банке с арахисовым маслом (“it could actually be covers for porn films, or it could be the sticker on a jar of peanut butter”) [TV Tropes].

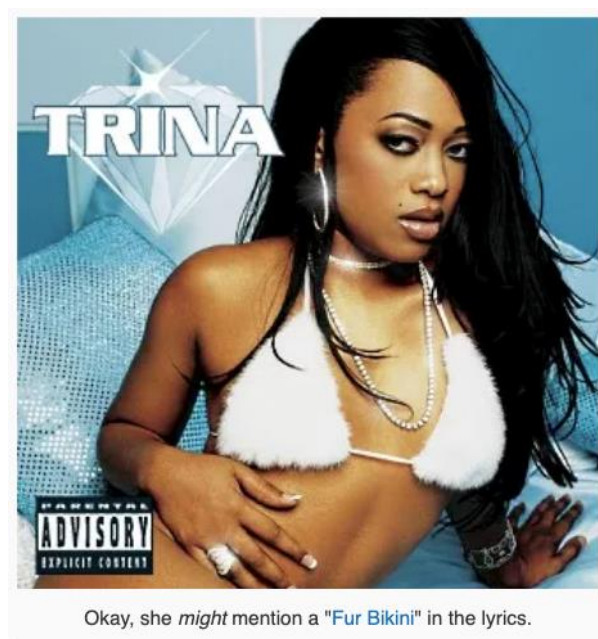


Рисунок 19 – Обложка альбома американской певицы

В противовес “Male Gaze” существует “*Female Gaze*” («женский взгляд»). «Женский взгляд» отражает то, как произведение представлено с женской точки зрения (“presented from a female perspective” [TV Tropes]). Он отражает позицию женщины либо из-за пола создателя, либо из-за нацеленности на женскую аудиторию (“deliberately aimed at a female audience” [TV Tropes]).

Не только создатели кинолент пользуются различными приемами для привлечения целевой аудитории, но и сами персонажи кинокартин. Так, одним из приемом преимущественно женских персонажей является “*Wounded Gazelle Gambit*”, стратегия использования нанесенных самому себе травм, реальных или поддельных, чтобы обманывать других и манипулировать ими, особенно эффективна для женщин и часто используется ими из-за общественных запретов на причинение вреда женщинам.

Рассмотренные неологизмы кинодискурса, называющие побочные продукты киноиндустрии и последствия кинопросмотра, указывают на возможности для реципиентов выхода за рамки кинофильма путем создания своих версий полюбившегося (или, наоборот, не понравившегося) сюжета, объединения единомышленников.

*Гендерный компонент* в составе неологизмов этой группы отражает стремление создателей кинофильмов удовлетворить запросы зрителей. Кинопроизводители часто пользуются приемами, апеллирующими к сексуальным желаниям зрителей для привлечения большей аудитории. Следуя зарекомендовавшему себя постулату «секс продается», киносоздатели намеренно встраивают в киноповествование фрагменты, не несущие никакой смысловой нагрузки, а лишь отрабатывающие сексуальную повестку. Гендер персонажа – своего рода инструмент в руках создателей кинолент: они могут удивить зрителей, выбрав на традиционно мужскую роль женщину (и наоборот) (Рисунок 20) или обнаружив противоположный пол персонажа, в гендере которого не сомневаешься, поручить озвучку мужского мультипликационного персонажа женщине (и наоборот), поменять персонажей противоположных полов телами, провести кастинг для фильма среди представителей только одного пола (чаще всего мужского), добавить вторичные и третичные половые признаки животным в мультфильмах (Рисунок 21). Пол персонажей, оказывающих такой фансервис, зависит от пола зрителей, которых создатели кино хотят привлечь.



Рисунок 20 – Начальники секретной службы в фильмах о Джеймсе Бонде.

Джуди Денч как пример “Gender Twist” или “Cross-Casting”



Рисунок 21 – Глория и Мото-Мото, персонажи из мультфильма  
«Мадагаскар-2»

*Оценочный* компонент неологизмов, характеризующих приемы и побочные продукты киноиндустрии, процесс киновосприятия, проявляется в описании реакции кинореципиентов на происходящее на экране: они либо довольны притягательным контентом, либо разочарованы им.

### ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 3

1. Из 1000 рассмотренных неологизмов англоязычного кинодискурса было отобрано 400 единиц, обладающих гендерным потенциалом. Отобранные неологизмы были классифицированы по двум основаниям: наличию гендерного потенциала (фемининные, маскулинные и гендерно-нейтральные) и тематическому (неологизмы, именующие участников кинодискурса; неологизмы, именующие киножанры; неологизмы, характеризующие процесс создания кино и его восприятия, приемы и побочные продукты киноиндустрии). Источниками неологизмов послужили электронные словари (Cambridge Dictionary, Urban Dictionary, Word Spy, Film Terms Glossary), веб-сайты, специализирующиеся на кино (TV Tropes, Variety).

2. Номинации участников кинодискурса включают наименование персонажей (“Author surrogate” (Авторский суррогат), “Big Bad” (Мега-злодей), “Celibate Hero” (Герой воздержания)); зрителей (“Aud (audience)” (Аудитория),

“Bad Fan” (Фанат трудного героя), “Film Buff” (Киновед)); съемочной группы и критиков (“Crix” (Критики), “A-Lister” (главный актер, вызывающий интерес к фильму), “Helmer (Helm)” (Режиссер)). Рассматривая дефиниции новой кинолексики, именующей участников англоязычного кинодискурса, а именно наличествующие в их составе коннотативно заряженные лексемы, можно сделать вывод о том, что главным критерием, которым руководствуется зритель при выборе импонирующего героя, является его разработанность, сложность, многогранность.

С точки зрения гендера описание вновь названных *персонажей* может как соответствовать общепринятым гендерным стереотипам, так и идти вразрез с ними. Содержащиеся в составе рассматриваемых неологизмов как справедливые, так и искаженные гендерные стереотипы свидетельствуют о наличии и некоторой популярности альтернативной трактовки правил поведения и канонов внешнего вида представителей мужского и женского полов.

Новые наименования *съемочной группы и кинокритиков* сигнализируют о пристальном внимании зрителей к составу съемочной группы. В дефинициях и контекстном поле рассматриваемых неологизмов присутствует коннотативно заряженная лексика, характеризующая степень профессионализма актеров с дальнейшим причислением их к кругу «хороших» и «плохих», тем самым определяется дальнейшая судьба некоторых артистов.

Новые наименования *кинореципиентов* часто связаны с импонирующими им героями. Зрительская аудитория разделяется по гендерному признаку: женская ее часть чаще является поклонником героинь, а мужская – героев. Зрителей может объединять взаимная ненависть к поклонникам того или иного кинопродукта или любовь к нему, граничащая с одержимостью. И в том, и в другом случае зрители, имеющие неологичные наименования, характеризуются отрицательно, так как транслируют доведенные до крайности чувства.

Помимо *гендерного* компонента, являющегося определяющим, наименования участников кинодискурса также включают такие компоненты значения, обнаруживающиеся в дефинициях и / или контекстном поле неологизмов, как *идеологический, амбивалентный, интеллектуальный, отождествляемый, противопоставляемый, творческий, профессиональный, статусный*.

3. С точки зрения гендера неологизмы, именующие *киножанры*, отражают как справедливые гендерные стереотипы (маскулинно-фемининные, связанные с разделением труда и потребительскими практиками), так и искаженные (предлагающие противоположную существующей трактовку канонов внешнего вида и поведения представителей того или иного пола). Например, «*мужские*» фильмы отличаются наличием драк, кровавых сцен, перестрелок, нецензурной лексики, постельных сцен, преимущественно мужским актерским составом, за исключением привлекательных женских персонажей, что подкрепляет сложившиеся гендерные стереотипы. «*Женские*» фильмы характеризуются сентиментальностью, наличием преимущественно женского актерского состава, сюжетной линии, согласно которой героиня попадает в беду и нуждается в помощи, демонстрацией импонирующего женщинам контента (оголенного торса привлекательного героя, шоппинга), что также соответствует традиционным представлениям о поведении и интересах представительниц прекрасного пола.

Некоторые неологизмы, именующие *киножанры*, демонстрируют *искаженные гендерные стереотипы*. Фильмы таких жанров нацелены на то, чтобы заставить зрителей-мужчин плакать или наблюдать за трансвеститами (и другими меньшинствами) мужского пола, а женских персонажей – братья за оружие и вызволять себя из беды самим, претерпевать тяготы в местах лишения свободы, заниматься спортом. Мужчины и женщины в этих фильмах меняются своими социальными ролями и психофизиологическими характеристиками, что отражает существующие в настоящее время гендерные тенденции.

Другими компонентами значения в составе неологизмов, называющих киножанры, являются *этногеографический* (“Euroshlock”, “Blaxploitation”), *временной* (“New Queer Cinema”, “Hood Film”), *возрастной* (“Geriation”, “Legacyquel”), *материально-финансовый* (“Slasher”, “Splatter”).

*Оценочный* компонент неологизмов, именующих киножанры, проявляется в комментировании предпочтений, выказываемых зрителями-мужчинами и зрителями-женщинами: в дефинициях и контекстном поле данных неологизмов подчеркивается, что мужчины предпочитают так называемые «мужские» фильмы (отличающиеся наличием упомянутых элементов), а женщины, соответственно, «женские» (демонстрирующие предпочитаемый представительницами слабого пола контент). В то же время оговаривается, что женщины часто становятся зрителями предположительно «мужского» контента, тогда как мужчины, напротив, не уделяют внимание «чикфликам».

Популярность некоторых жанров отражает доминирующие в обществе *ценности* (нравственно-этические, например, добро (“Guy Cry”, “Buddy Film”)) и *антиценности* (гедонистические, например, удовлетворение низменных сексуальных фантазий (“Sexploitation”, “Gorn”); витальные (здоровье, принесенное в жертву красоте (“Smoxploitation”)) и др.).

4. Третья группа неологизмов включает единицы, характеризующие *процесс создания кино и его восприятия* (“Viewer Gender Confusion”, “Female Monster Surprise”, “Alien Gender Confusion”), *приемы* (“Fanservice”, “Chickification”, “Body Swap”) и *побочные продукты киноиндустрии* (“Fanfic”, “One True Pairing”). *Гендерный компонент* в составе неологизмов этой группы отражает стремление создателей кинофильмов удовлетворить запросы зрителей. Так, в киноповествование намеренно встраиваются элементы, не влияющие на сюжет, однако призванные привлечь внимание кинолюбителей того или иного пола. Руководствуясь существующими стереотипами о гендерных предпочтениях, а также стереотипом фемининности-маскулинности, кинопроизводители добавляют привлекательных третьестепенных персонажей,



заставляют героев оголять притягательные части тела без особой нужды, претерпевать внешние трансформации, становясь более соблазнительными, добавляют вторичные и третичные половые признаки мультипликационным героям. Пол персонажей, оказывающих такой фансервис, зависит от пола зрителей, которых создатели кино хотят привлечь.

*Оценочный* компонент неологизмов, характеризующих приемы и побочные продукты киноиндустрии, процесс киновосприятия, проявляется в описании реакции кинореципиентов на происходящее на экране: они либо довольны притягательным контентом, либо разочарованы им.

*Другими компонентами значения* неологизмов данной группы являются *эмоциональный* (“Fan Disillusionment”, “Female Monster Surprise”, “Alien Gender Confusion”), *творческий* (“Out of Character”, “Fan Edit”, “Self-Fanservice”), отвечающий за *целенаправленность* (“Parent Fanservice”, “Foreign Fanservice”, “Male Gaze”, “Female Gaze”).

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Кинодискурс является многополярным явлением, включающим в себя кинотекст, кинодиалог, киноповествование, а также аудиовизуальную составляющую кинофильма, интертекст с другими видами искусства, отзывы кинокритиков, смысл, который вкладывает автор картины, интерпретацию кинозрителя. Кинодискурс соотносится с дискурсом как часть с целым и обладает характеристиками, присущими дискурсу. Так, кинодискурс, как и дискурс, социален, диалогичен, превышает по объему предложение. Говоря о типах дискурса (личностно-ориентированный и статусно-ориентированный), можно сделать вывод о принадлежности кинодискурса к обоим типам, в зависимости от сюжетной линии и профессиональной занятости главных героев.

2. Дефиниции и контекстное поле некоторых неологизмов англоязычного кинодискурса обладают гендерным потенциалом, отражающим маскулинный, фемининный и гендерно-нейтральный поведенческий дисплей. Эти дисплеи могут как соответствовать гендерным стереотипам, так и идти вразрез с ними. Мы рассматриваем следующие гендерные стереотипы в рамках неологизмов англоязычного кинодискурса: 1) маскулинность / фемининность; 2) стереотипность в разделении труда между обоими полами; 3) стереотип закрепления социальных ролей за противоположными полами; 4) стереотип, связанный с «потребительскими практиками»; 5) стереотип изображения женщины как сексуального объекта; 6) фемининный стереотип следования канонам красоты.

3. Рассматриваемые неологизмы кинодискурса были классифицированы по двум основаниям: тематическому, в соответствии со спецификой их семантики (номинации участников кинодискурса; наименования киножанров; неологизмы, характеризующие процесс создания кино и его восприятия, приемы и побочные продукты киноиндустрии) и гендерному, ввиду наличия в их составе определенного гендерного потенциала (фемининные, маскулинные и гендерно-нейтральные).

В составе рассмотренных неологизмов англоязычного кинодискурса были выявлены особенности фемининного, маскулинного и гендерно-нейтрального внешне-поведенческого дисплея. Гендерные *внешне-поведенческие дисплеи* (особенности поведения и облика, характерные для представителей того или иного пола), *соответствующие гендерным стереотипам*, характеризуется такими вербализованными семантическими блоками, как *внешний вид* (привлекательность / непривлекательность женщин и мужчин соответственно), *поведение* (скромность, эмоциональность у женщин, прагматичность, грубость у мужчин), *интеллектуальные качества* (глупость, интуитивность / ум, рациональность у женщин и мужчин соответственно), *предпочтения* (мягкие игрушки, пони, розовый цвет у женщин и темные цвета, привлекательные женщины, механизмы у мужчин), *наличие определенных навыков* (навык готовки у женщины, навык владения оружием у мужчин), *физическая форма* (хрупкость у женщин, физическая сила у мужчин). К характеристикам *фемининного* внешнеповеденческого дисплея, *расходящимся с устоявшимися стереотипами*, отнесены безэмоциональность, умение постоять за себя, сочетание слабости и силы, нескромная откровенность нарядов, интерес к спорту, механическим приборам, а *маскулинного* – отсутствие интереса к женскому полу, интерес к мужчинам, физическая слабость / уязвимость, красота, нереалистично чрезмерная привязанность к партнеру, нерациональность, сентиментальность.

К компонентам значения, выражающим *гендерно-нейтральный* внешне-поведенческий дисплей, причисляются такие вербализованные семантические блоки, как *негативная или позитивная оценка аудитории, противоречивость темперамента, глупость, осведомленность, странность, злоба, отождествляемость с аудиторией или автором, принадлежность к этносу, возрастной категории*.

4. Выявленные тенденции искажения гендерных стереотипов свидетельствуют о наличии и некоторой популярности альтернативной трактовки правил поведения и канонов внешнего вида представителей мужского

и женского полов. Устранение четкого разграничения внешне-поведенческих черт мужчин и женщин носит оправдательный характер.

Помимо гендерного компонента, в составе неологизмов обнаруживаются мелиоративные или дерогативные лексемы, отражающие положительную или отрицательную оценку, а также транслирующие некоторые ценностные установки.

Популярность некоторых жанров отражает доминирующие в обществе *ценности* (нравственно-этические: добро (“Guy Cry”, “Buddy Film”)) и *антиценности* (гедонистические: удовлетворение низменных сексуальных фантазий (“Sexploitation”, “Gorn”); витальные: здоровье, принесенное в жертву красоте (“Smoxploitation”)).

Оценочный компонент неологизмов, характеризующих *киножанры, приемы и побочные продукты киноиндустрии, процесс киновосприятия*, проявляется в описании реакции кинореципиентов на происходящее на экране: они либо довольны притягательным контентом, либо разочарованы им.

Положительные и сложные персонажи оцениваются позитивно (“Manic Pixie Dream Girl”, “Ditz”, “Hunk”), тогда как злые, мрачные, высокомерные, ослепленные какой-то идеей и агрессивные – негативно (“Big Bad”, “The Man Behind the Man”). Тем не менее, не всегда описание сюжетно отрицательного персонажа будет содержать дерогативные лексемы. Среди характеристик таких персонажей положительно окрашенными являются разработанность, многогранность, неоднозначность (“Difficult Man”). Подобные особенности семантики рассматриваемых неологизмов могут объясняться интересом аудитории к запретному, притягательностью таких героев своей правдивостью, приближенностью к реальности (речь идет о персонажах, совершающих дурные поступки в силу эмоций, необдуманности, отсутствия определенных знаний), а также талантливый созданием образа таких персонажей, так что они выглядят куда ярче положительных героев. Помимо этого, негативно оцениваются слишком положительные, нереалистично идеальные персонажи (“Mary Sue”, “Marty Stu”).

5. Перспектива исследования видится в возможности дальнейшего изучения неологизмов и гендерных стереотипов кинодискурса, использовании материала и стратегий исследования как одной из основ создания комплексной работы по семантико-аксиологическому анализу новой лексики ряда дискурсов, имеющих интердискурсивные связи с дискурсом кино.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Айвазова, С.Г. Мы выбираем – нас выбирают / С.Г. Айвазова. – М.: Роза мира. – 2004. – 59 с.
2. Алаторцева, С.И. Новая кинематографическая лексика в современном русском литературном языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук / С.И. Алаторцева. – Л., 1984. – 26 с.
3. Арутюнова, Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия. – 1990. – С. 137.
4. Ахметзянова, А.Р. Неологизмы в русском языке / А.Р. Ахметзянова // Русский язык и литература. – 2016. – № 4 (64). – С. 29–32.
5. Байрамова, Л.К. Отражение во фразеологическом словаре ценностей и антиценностей / Л.К. Байрамова // Проблемы истории, филологии, культуры. – 2009. – №4 (26). – С. 136–140.
6. Бакулев, Г.П. Англо-русский и русско-английский словарь кинотерминов (с толкованием): около 4 500 слов и выражений / Г.П. Бакулев. – М.: ТрансАрт, 2009. – 240 с.
7. Березовчук, Л. Феномен киноповествования (к предварительному определению смыслового поля понятия) / Л. Березовчук // Киноведческие записки: историко-теоретический журнал. СПб.: Российский институт истории искусства, 2010. – №89. – С. 231–271.
8. Бирюкова, П.С. Особенности кинодискурса «трудного героя» (“difficult man”) / П.С. Бирюкова // Филологические науки в XXI веке: актуальность, многополярность, перспективы развития: сборник научных трудов. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2020. – С. 4–9.
9. Бирюкова, П.С. TikTok-сленг в современном медиaprостранстве (TikTok slang in modern media space) / П.С. Бирюкова, А.В. Самойлова // Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований: сборник научных трудов / под ред. А.В. Зиньковской, В.В. Катерминой, С.Х. Липириди,

А.М. Прима, А.В. Самойловой. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2022. – С. 4–12.

10. Бойко, Е.С. Отражение гендерного неравноправия в сознании носителей китайского языка / Е.С. Бойко, А.А. Оларь, Н.Н. Кошкарлова // Мир науки, культуры, образования. – 2022. – № 3 (94). – С. 417–420.

11. Бытие 2:18 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.apologetica.ru/biblie/bitie2.html> (дата обращения: 14.06.2022).

12. Ветхий Завет. 2 Маккавейская 7:21 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/bible/mak2/7/> (дата обращения: 15.05.2018).

13. Волошина, К.С. Фразеологизм как средство концептуализации понятия «гендер» (на материале английского и русского языков): автореф. дисс. ... канд. филол. наук / К.С. Волошина. – Нальчик, 2010. – 25 с.

14. Воронцов, Д.В. Гендерная социализация / Д.В. Воронцов // Гендерная психология: хрестоматия / сост. Е.Е. Ли. – Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та. – 2010. – С. 83–87.

15. Воронцова, Ю.А. Неология и неологизмы / Ю.А. Воронцова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – №2–1. – С. 111–114.

16. Вязигина, Н.В. Гендерные особенности мемуарного текста / Н.В. Вязигина // Известия АлтГУ. – 2013. – №2(78). – С. 141–144.

17. Гибатова, Г.Ф. Аксиология в языке / Г.Ф. Гибатова // Вестник ОГУ. – 2011. – №2(121). – С. 127–132.

18. Глебова, А.В. Функционально-стилистический и манипулятивный потенциал разных частей речи в языке рекламы / А. В. Глебова, Л. Ю. Буянова // Актуальные проблемы современной филологии: теория, практика, перспективы развития: материалы III Международной научно-практической конференции (докторантов, аспирантов и магистрантов). Краснодар, 21 апреля 2018 г. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2018. – С. 74–77.

19. Головин, Б.Н. Общее языкознание: учеб. пособ. / Б.Н. Головин, Ф.М. Березин. – М.: Альянс, 2014. – 416 с.

20. Горшкова, В.Е. Перевод в кино: монография / В.Е. Горшкова. – Иркутск: ИГЛУ, 2006. – 278 с.
21. Гриценко, Е.С. Язык как средство конструирования гендера: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Е.С. Гриценко. – Тамбов, 2005. – 48 с.
22. Грошовкина, Н.А. Гендерный потенциал женской и мужской идентичности / Н.А. Грошовкина // *НОМОТНЕТІКА: Философия. Социология. Право.* – 2013. – №2 (145). – С. 228–233.
23. Громова, А.И. Идеал красоты в отечественных женских журналах начала XX в.: изменение паттернов контроля за женским телом / А.И. Громова // *Вестник КГУ.* – 2016. – №3. – С. 33–39.
24. Грушевская, Т.М. Рекламная коммуникация: стратегии манипулирования / Т.М. Грушевская. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2010. – 147 с.
25. Грушевская, Т.М. Французская ментальность: гендерный аспект / Т.М. Грушевская, В.В. Зеленская, Н.Ю. Фанян // *Язык. Дискурс. Ментальность: коллективная монография, посвященная 80-летию Адыгейского государственного университета.* – 2-е изд., доп. – Москва: ФЛИНТА, 2020. – С. 381–405.
26. Демьянков, В.З. Дискурс / В.З. Демьянков // *Интерпретация политического дискурса в СМИ.* – М.: Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, 2003. – С. 116–133.
27. Достоевский, Ф.М. Дневник писателя (1873) / Ф.М. Достоевский. – М.: АСТ, 2020. – 256 с.
28. Дохова, З.Р. Мультфильм как механизм конструирования у детей дошкольного возраста элитарных гендерных представлений (на материале мультсериала «ВИНКС») / З.Р. Дохова, Т.А. Чепракова // *Известия РГПУ им. А.И. Герцена.* – 2013. – №160. – С. 85–91.
29. Дутова, Н.В. Гендерные особенности функционирования невербальных компонентов в коммуникативном поведении языковой личности:



межкультурный аспект: автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Н.В. Дутова. – Улан-Удэ, 2014. – 22 с.

30. Духовная, Т.В. Структурные составляющие кинодискурса / Т.В. Духовная // Филологические науки. Вопросы теории и практики: в 2-х ч. – 2015. – Ч. 1. – №1 (43). – С. 64–66.

31. Заботкина, В.И. Новая лексика современного английского языка / В.И. Заботкина. – М.: Высшая школа, 1989. – 126 с.

32. Зарецкая, А.Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе / А.Н. Зарецкая // Вестник ЧелГУ. – 2008. – №16. – С. 70–74.

33. Зарецкая, А.Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе: монография / А.Н. Зарецкая. – Челябинск: Абрис, 2012. – 192 с.

34. Ивин, А.А. Логика. Учебник для гуманитарных факультетов / А.А. Ивин. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 239 с.

35. Избицкая, М.В. Современные тенденции в неологии: типология образования неологизмов и лексикографическая практика (на материале новой английской лексики из сферы «Культура» в электронных волонтерских словарях): дис. ... канд. филол. наук / М.В. Избицкая. – Иваново, 2020. – 214 с.

36. Исаева, Л.А. Гендерные стереотипы как основа социального неравенства / Л.А. Исаева, Л.А. Кравченко // Научная жизнь. – 2010. – № 3. – С. 96–103.

37. Карасик, В.И. О категориях дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты. – Волгоград: Перемена, 1998. – С. 185–197.

38. Карасик, В.И. О характеристиках дискурса / В.И. Карасик // Языковой круг: язык, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 331 с.

39. Катермина, В.В. Номинации человека: национально-культурный аспект (на материале русского и английского языков): монография / В.В. Катермина. – М.: ФЛИНТА, 2016. – 222 с.

40. Катермина, В.В. Гендерно окрашенные англоязычные неологизмы в кинодискурсе / В.В. Катермина, П.С. Бирюкова // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2020. – № 2. – С. 44–52.
41. Катермина, В.В. Культурно-интерпретирующий потенциал массмедийных неологизмов в английском дискурсе / В.В. Катермина // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2017. – № 1. – С. 84–90.
42. Катермина, В.В. Образ «нового» отца в американском кинодискурсе / В.В. Катермина, А.А. Линник // Текст. Книга. Книгоиздание. – 2018. – №17. – С. 35–46.
43. Катермина, В.В. Когнитивно-дискурсивные особенности гендерных неологизмов в англоязычном дискурсе / В.В. Катермина, А.М. Прима // Когнитивные исследования языка. – 2018. – № 30. – С. 828–831.
44. Катермина, В.В. Аксиология неологизма Brexit в англоязычном массмедийном дискурсе / В.В. Катермина, Н.С. Соловьева // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2019. – № 3. – С. 103–111.
45. Катермина, В.В. Прагматико-аксиологический потенциал сетевых английских неологизмов туристического дискурса / В.В. Катермина, С.Х. Липириди. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2021. – 230 с.
46. Катермина, В.В. Редупликация и конверсия как способы образования неологизмов в англоязычном дискурсе / В.В. Катермина, С.Х. Липириди // Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований: сборник научных трудов / под ред. А.В. Зиньковской, В.В. Катерминой, С.Х. Липириди, А.М. Прима, А.В. Самойловой. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2022. – С. 69–74.
47. Катермина, В.В. Тематические доминанты дискурса моды (на материале английских неологизмов) / В.В. Катермина, М.И. Ефремова // Междисциплинарные аспекты лингвистических исследований: сборник научных трудов / под ред. А.В. Зиньковской, В.В. Катерминой, С.Х. Липириди,

А.М. Прима, А.В. Самойловой. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2022. – С. 59–69.

48. Квашина, В.В. Проблемы аксиологии в современном языкознании / В.В. Квашина // Вестник ЮУрГГПУ. – 2013. – №2. – С. 181–189.

49. Ким, Л. Гендерные стереотипы / Л. Ким // Исследовательский проект «Влияние социальных факторов на понимание гендерных ролей». – 2002. – С. 46–51.

50. Клецина, И.С. Гендерная социализация / И.С. Клецина. – СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 1998. – 92 с.

51. Колодина, Е.А. Статус кинодиалога в ряду соположенных понятий: кинодиалог, кинотекст, кинодискурс / Е.А. Колодина // Вестник Нижегородского ун-та им. Н.И. Лобачевского. – 2013. – №2(1). – С. 327–333.

52. Косович, О.В. Неологизм VS неоним. Терминологический инструментарий неологии [Электронный ресурс] / О.В. Косович // Вестник БГУ. – 2015. – №1. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/neologizm-vs-neonim-terminologicheskiiy-instrumentariy-neologii> (дата обращения: 14.06.2022).

53. Коцюбинская, Л.В. К вопросу об аксиологии в лингвистике / Л.В. Коцюбинская, О.А. Кузина // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. – 2015. – №1. – С. 59–66.

54. Кузнецова, О.В. Проблемы кинообслуживания на целине: статистика и повседневность / О.В. Кузнецова // Гуманитарные и юридические исследования. – 2017. – № 2. – С. 98–104.

55. Кукаркин, А.В. Буржуазная массовая культура: теории, идеи, разновидности, образцы, техника, бизнес / А.В. Кукаркин. – 2-е изд. – М.: Политиздат, 1985. – 399 с.

56. Кустодиев, К.Л., прот. Женщина в Ветхом Завете. [Печ. с сокращениями по изд: Кустодиев К.Л., прот. Опыт истории библейской женщины. СПб., 1870. 2 ч]. – М.: Альфа и Омега (АиО), 1999. – №4(22). – С. 14–32.

57. Куц, Е.А. Русский фразеологизм как отражение гендерных стереотипов / Е.А. Куц, Л.Ю. Буянова // Актуальные вопросы современной филологии: теория, практика, перспективы развития: материалы V Международной научно-практической конференции, Краснодар, 23 мая 2020 г. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2020. – С. 111–114.
58. Лавриненко, И.Н. Критерии классификации кинодискурса / И.Н. Лавриненко // Вісник ХНУ. – 2012. – №1003. – С. 41–44.
59. Лайло, Х.Д. Феминитивы-неологизмы в современном русском языке / Х.Д. Лайло // Academic research in educational sciences. – 2021. – №11. – С. 1471–1478.
60. Ленец, А.В. Фразеологическая репрезентация лингвокультурных констант «маскулинность / фемининность» (на материале немецкого языка) / А.В. Ленец, Т.В. Овсиенко // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2018. – №1(29). – С. 62–68.
61. Липириди, С.Х. Аксиологическое поле туристического дискурса (на материале английских неологизмов) / С.Х. Липириди // Известия ВГПУ. – 2020. – №2 (145). – С. 206–212.
62. Липириди, С.Х. Семантико-аксиологические и когнитивно-прагматические особенности сетевых английских неологизмов туристического дискурса: дисс. ... канд. филол. наук / С.Х. Липириди. – Краснодар, 2021. – 221 с.
63. Лисицына, В.О. Гендерный фактор в языке (на материале неологизмов английского языка экономической сферы) / В.О. Лисицына, Э.К. Арутюнов // Филология и лингвистика. – 2013. – №6. – С. 180–183.
64. Лотман, Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики / Ю.М. Лотман. – Таллин: Ээсти Раамат, 1973. – 76 с.
65. Маилян, Н.А. Творчество Симоны де Бовуар и Франсуазы Саган в свете гендерного дискурса / Н.А. Маилян, А.В. Татаринцов // Актуальные вопросы современной филологии: теория, практика, перспективы развития: материалы VI Международной научно-практической конференции, Краснодар, 24 апреля

2021 г. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2021. – С. 383–385.

66. Макаров, М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М.: Гнозис, 2003. – 280 с.

67. Махмудова, Д.В. О соотношении понятий «окказионализм» и «неологизм» в современной лингвистике / Д.В. Махмудова, Л.А. Исаева // Актуальные вопросы современной филологии: теория, практика, перспективы развития: материалы VI Международной научно-практической конференции, Краснодар, 24 апреля 2021 г. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2021. – С. 30–33.

68. Метц, К. Воображаемое означающее. Психоанализ и кино / К. Метц; пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной; науч. ред. А. Черноглазов. – 2-е изд. – СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013. – 334 с.

69. Мозоль, Т.С. Новые представления о гендерных ролях в неологизмах корейского языка / Т.С. Мозоль // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Сер. «Гуманитарные науки». – 2020. – №4 (833). – С. 207–216.

70. Моногарова, А.Г. Речевое поведение британских политиков в обсуждении брексита: прагматика, гендер и коммуникативное доминирование в политическом медиадискурсе / А.Г. Моногарова, Т.А. Ширяева, А.Ю. Багиян // Научный диалог. – 2020. – № 10. – С. 114–127.

71. Морковкин, В.В. Русские агнонимы (слова, которые мы не знаем) / В.В. Морковкин, А.В. Морковкина. – М.: Б.и, 1997. – 414 с.

72. Мюллер, В.К. Англо-русский словарь / В.К. Мюллер. – М.: Оникс, 2007. – 976 с.

73. Назарова, Е.Д. Гендер адресата как прагматический фактор коммуникации: автореф. дисс. ... канд. филол. наук / Е.Д. Назарова. – М., 2009. – 23 с.

74. Назмутдинова, С.С. Гармония как переводческая категория (на материале русского, английского французского кинодискурса): автореф. дисс. ... канд. филол. наук / С.С. Назмутдинова. – Тюмень, 2008. – 18 с.
75. Нелюбин, Л.Л. Дискурс / Л.Л. Нелюбин // Толковый переводоведческий словарь. М.: Флинта, 2003. – С. 320.
76. Нелюбина, Ю.А. Кинодискурс как объект лингвистического изучения / Ю.А. Нелюбина // Челябинский гуманитарий. – 2013. – №3 (24). – С. 71–74.
77. Новый толково-словообразовательный словарь русского языка [Электронный ресурс] / под ред. Т.Ф. Ефремовой. – М.: Русский язык, 2000. – Режим доступа: <https://www.efremova.info>. (дата обращения: 14.06.2022).
78. Павловская, О.Е. Конструирование гендера в современном военном кинодискурсе (на примере фильма А. Малюкова «Мы из будущего», 2008) [Электронный ресурс] / О.Е. Павловская, Н.С. Шушанян // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2013. – №4 (128). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/konstruirovanie-gendera-v-sovremennom-voennom-kinodiskurse-na-primere-filma-a-malyukova-my-iz-buduschego-2008> (дата обращения: 14.06.2022).
79. Пазолини, П.П. Поэтическое кино / П.П. Пазолини; пер. с итал. Н. Нусинова // Строение фильма. Некоторые проблемы анализа произведений экрана: сборник статей. – М.: Радуга, 1984. – С. 45–66.
80. Перцова, Н.Н. Словарь неологизмов Велимира Хлебникова / Н.Н. Перцова; предисл. Х. Барана. – М.: Vien; Hansen-Liove, 1995. – 557 с.
81. Попович, Е.С. Лексические и семантические неологизмы в современных англоязычных общественно-политических текстах / Е.С. Попович // Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). – 2020. – № 5 (211). – С. 127–132.
82. Потехина, Е.А. Женщина-вамп и роковая женщина как культурные модели в американском и российском кинематографе / Е.А. Потехина // Парадигма. – 2017. – №26. – С. 105–121.

83. Прима, А.М. Опыт конструирования гендера в современной американской мультипликации (на материале полнометражного мультипликационного фильма «Рататуй») / А.М. Прима // Романская филология в контексте современного гуманитарного знания. – М.: Просвещение, 2013. – С. 159–163.
84. Просунцова, Н.П. Гендерные стереотипы в речи персонажей художественных фильмов (на материале английского языка) / Н.П. Просунцова // Вестник МГЛУ. – 2010. – №1(580). – С. 132–142.
85. Рец, И.В. Лингвокультурологические и эколоингвистические аспекты неонминации: дис. ... канд. филол. наук / И.В. Рец. – Волгоград, 2014. – 196 с.
86. Рифтин, Б.Л. Инь и Ян. Мифы народов мира / Б.Л. Рифтин: в 2 т. – М.: Советская энциклопедия, 1991. – Т. 1. – 547 с.
87. Розенталь, Д.Э. Современный русский язык / Д.Э. Розенталь, К.Б. Голуб, М.А. Телешова. – 11-е изд. – М.: Айрис-пресс, 2009. – 448 с.
88. Самкова, М.А. Кинотекст и кинодискурс: к проблеме разграничения понятий / М.А. Самкова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2011. – №1(8). – С. 135–137.
89. Селиверстова, Л.П. Концепты с полярной аксиологией: Голливуд / Л.П. Селиверстова // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2007. – №14(37). – С. 180–184.
90. Семенова, М.А. Потребительское поведение в структуре гендерных стереотипов / М.А. Семенова // Теория и практика общественного развития: международный научный журнал. Сер. «Социологические науки». – 2012. – №1. – С. 68–71.
91. Серебренникова, Е.Ф. Ключевые понятия аксиологического анализа / Е.Ф. Серебренникова // Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов: коллективная монография. – М.: ТЕЗАУРУС, 2011. – С. 27–41.

92. Серио, П. О языке власти: критический анализ / П. Серио // Философия языка: в границах и вне границ. Сер. «Международная серия монографий». – Харьков: Око, 1993. – С. 83–100.
93. Сигал, К.Я. Аксиология и синтаксис / К.Я. Сигал // Вестник ННГУ. – 2019. – №4. – С. 236–240.
94. Словарь гендерных терминов [Электронный ресурс] / под ред. А.А. Денисовой. – М.: Информация XXI в., 2002. – 256 с. – Режим доступа: <http://www.owl.ru/gender/> (дата обращения: 14.06.2022).
95. Слышкин, Г.Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) / Г.Г. Слышкин, М.А. Ефремова. – М.: Водолей Publishers, 2004. – 153 с.
96. Соловьёва, Л.Ф. Аксиологические неологизмы в английском языке конца XX века / Л.Ф. Соловьёва // Вестник Московской международной академии. – 2014. – №2. – С. 112–117.
97. Степанов, Ю.С. Язык и метод: к современной философии языка / Ю.С. Степанов. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 784 с.
98. Суперанская, А.В. Общая терминология: вопросы теории / А.В. Суперанская, Н.В. Подольская, Н.В. Васильева. – М.: ЛИБРОКОМ, 2012. – 248 с.
99. Тарковский, А.А. О кинообразе [Электронный ресурс] / А.А. Тарковский // Искусство кино. – 2001. – №12. – Режим доступа: <http://www.kinoart.ru/archive/2001/12/n12-article46> (дата обращения: 14.06.2022).
100. Тимофеев, Л.И. Словарь литературоведческих терминов / Л.И. Тимофеев, С.В. Тураев. – М.: Просвещение, 1974. – 509 с.
101. Тогоева, С.И. Психолингвистические проблемы неологии: дис. ... д-ра филол. наук / С.И. Тогоева. – Тверь, 2000. – 251 с.
102. Тогошиева, Н.Е. Синергетический аспект лингвистической аксиологии / Н.Е. Тогошиева // Вестник БГУ. Сер. «Язык, литература, культура». – 2011. – №11. – С. 109–115.
103. Тойтукова, А.О. Неологизмы в мужских и женских журналах / А.О. Тойтукова // МНКО. – 2009. – №7(19). – С. 33–35.



104. Тугуз, Э.А. Неологизмы в спортивном дискурсе: гендерный аспект / Э.А. Тугуз // Известия ВГПУ. – 2013. – №6 (81). – С. 27–30.
105. Тюпа, В.И. Жанр и дискурс / В.И. Тюпа // Критика и семиотика. – 2011. – Вып. 15. – С. 31–42.
106. Уорт, С. Разработка семиотики кино / С. Уорт; пер. с англ. Н. Разлогова // Структура фильма. Некоторые проблемы анализа произведений экрана: сборник статей. – М.: Радуга, 1984. – С. 134–175.
107. Усов, Ю.Н. Методика использования киноискусства в идейно-эстетическом воспитании учащихся 8–10 классов / Ю.Н. Усов. – Таллин: Просвещение, 1980. – 125 с.
108. Ушаков, Д.Н. Толковый словарь русского языка в 4 т. / Д.Н. Ушаков. – М.: Советская энциклопедия, 1938. – Т. 2. – 1040 с.
109. Уэст, К. Создание гендера / К. Уэст, Д. Зиммерман // Хрестоматия феминистских текстов. Переводы. – СПб.: Дмитрий Буланин, 2000. – С. 193–220.
110. Федоров, А.В. Терминология медиаобразования / А.В. Федоров // Искусство и образование. – 2000. – №2. – С. 33–38.
111. Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – СПб.: Наука, 2001. – 382 с.
112. Хаджуова, Д.К. Гендерная манипуляция как коммуникативная стратегия психологического подчинения / Д.К. Хаджуова, Е.Н. Рядчикова // Актуальные проблемы языкознания: сборник научных статей. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2017. – С. 93–100.
113. Цивьян, Ю.Г. К метасемиотическому описанию повествования в кинематографе / Ю.Г. Цивьян // Труды по знаковым системам. – Тарту: Тартуский гос. ун-т, 1984. – Вып. 17. – С. 109–121.
114. Шанский, Н.М. Лексикология современного русского языка: учеб. пособие для студ. пед. ин-тов по специальности «Русский язык и литература» / Н.М. Шанский. – М.: Либроком, 2009. – 305 с.

115. Шопенгауэр, А. Искусство побеждать в спорах (Schopenhauer A. *Eristische Dialektik: Die Kunst, Recht zu Behalten*, 1831): перевод с немецкого / А. Шопенгауэр. – М.: Эксмо, 2020. – 128 с.
116. Эйзенштейн, С. Избранные произведения: в 6 т. / С. Эйзенштейн. – М.: Искусство, 1964. – Т. 2. – 567 с.
117. Эко, У. О членениях кинематографического кода / У. Эко // *Строение фильма. Некоторые проблемы анализа произведений экрана: сборник статей*. – М.: Радуга, 1984. – С. 79–101.
118. Юйсинь, Б. Основные достижения и актуальные проблемы неологии / Б. Юйсинь // *Вестник КалмГУ*. – 2016. – №2 (30). – С. 78–85.
119. Юрова, Т.А. Обновленный ценностный потенциал современных лексических инноваций / Т.А. Юрова // *Современные исследования социальных проблем*. – 2021. – №1. – С. 277–289.
120. ABC News: Nightline: Facing controversy. Megyn Kelly's comments about blackface [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.english-corpora.org/coca/> (дата обращения: 14.06.2022).
121. Androutsopoulos, J. Introduction: Language and society in cinematic discourse / J. Androutsopoulos // *Multilingua*. – 2012. – vol. 31. – №2-3. – P. 139–154.
122. Anesa, P. *Lexical Innovation in World Englishes: Cross-fertilization and Evolving Paradigms* / P. Anesa. – London: Routledge, 2018. – 174 p.
123. Bennett, L. Against antiheroes [Электронный ресурс] / L. Bennett // *The New Republic*. – 2013. – August 18. – Режим доступа: <https://newrepublic.com/article/114346/antiantihero-against-cultural-buzzwords> (дата обращения: 14.06.2022).
124. Blake, W. *The Marriage of Heaven and Hell* [Электронный ресурс] / W. Blake. – Режим доступа: <https://www.gutenberg.org/files/45315/45315-h/45315-h.htm> (дата обращения: 14.06.2021).
125. Boroditsky, L. Linguistic relativity / L. Boroditsky // *Encyclopedia of cognitive science*. – London: Macmillan, 2001. – P. 917–922.

126. Brazil, R. 17 movies that make men cry [Электронный ресурс] / R. Brazil. – Режим доступа: <https://www.homewetbar.com/blog/17-movies-men-cry/> (дата обращения: 04.02.2020).
127. Bunch, S. In defense of the “chick flick” label [Электронный ресурс] / S. Bunch // The Washington Post. – April, 2019. – Режим доступа: <http://www.jewishworldreview.com/0419/bunch041919.php3> (дата обращения: 04.02.2020).
128. Busso, L. Gender Stereotypes in Film Language: A Corpus-Assisted Analysis / L. Busso, G. Vignozzi // Proceedings of the Fourth Italian Conference on Computational Linguistics. Torino: Accademia University Press, 2017. – P. 71-76.
129. Cambridge Dictionary Online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org> (дата обращения: 14.06.2022).
130. Cañete González, P. Women and men facing lexical innovation / P. Cañete González // Colombian Applied Linguistics Journal. – 2017. – №19(2). – P. 219–233.
131. Christensen, J. Cli-fi (climate fiction) on the big screen changes minds about real climate change [Электронный ресурс] / J. Christensen. – CNN: health, 2019. – Режим доступа: <https://edition.cnn.com/2019/02/08/world/climate-change-movies-erprise/index.html> (дата обращения: 14.06.2022).
132. Collider [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://collider.com/quentin-tarantino-grindhouse-failure-reason-why/> (дата обращения: 14.06.2022).
133. Collins Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.collinsdictionary.com/> (дата обращения: 14.06.2022).
134. Crowe, C. Elizabethtown. Script [Электронный ресурс]. – 2003. – Режим доступа: <https://www.dailyscript.com/scripts/Elizabethtown.pdf> (дата обращения: 14.06.2022).
135. Daily Mail. Stretching the truth: Hollywood film makers now using 'digital surgery' to alter female stars to make them look taller and thinner [Электронный ресурс] / L. Cox. – 2014. – Режим доступа:

<https://www.dailymail.co.uk/news/article-2555116/Stretching-truth-Hollywood-film-makers-using-digital-surgery-stretch-female-stars-make-look-taller-thinner.html>

(дата обращения: 14.06.2022).

136. Empire [Электронный ресурс]. – April, 2020. – Режим доступа: <https://www.empireonline.com/movies/features/empire-30-quentin-tarantino-answers-yourquestions/> (дата обращения: 14.06.2021).

137. Ephron, H. Writing and Selling your Mystery Novel [Электронный ресурс] // Writer's Digest Books. – 2005. – Режим доступа: [https://books.google.ru/books?id=uh9jDwAAQBAJ&pg=PT19&lpg=PT19&dq=Female+in+jeopardy+puts+a+gorgeous+woman+in+peril;+she+is+stalked,+kidnapped,+or+otherwise+besieged+by+bad+guys+and+has+to+be+rescued+by+a+knight+in+shining+armor&source=bl&ots=Rxz7Bu6kbJ&sig=ACfU3U1yaZLUauqVHRe6RuTE\\_6JTdlprYA&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiT\\_qrSu4\\_nAhVvkosKHaKDDSEQ6AEwAHoECAoQAQ#v=onepage&q=Female%20in%20jeopardy%20puts%20a%20gorgeous%20woman%20in%20peril%20she%20is%20stalked%20kidnapped%20or%20otherwise%20besieged%20by%20bad%20guys%20and%20has%20to%20be%20rescued%20by%20a%20knight%20in%20shining%20armor&f=false](https://books.google.ru/books?id=uh9jDwAAQBAJ&pg=PT19&lpg=PT19&dq=Female+in+jeopardy+puts+a+gorgeous+woman+in+peril;+she+is+stalked,+kidnapped,+or+otherwise+besieged+by+bad+guys+and+has+to+be+rescued+by+a+knight+in+shining+armor&source=bl&ots=Rxz7Bu6kbJ&sig=ACfU3U1yaZLUauqVHRe6RuTE_6JTdlprYA&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiT_qrSu4_nAhVvkosKHaKDDSEQ6AEwAHoECAoQAQ#v=onepage&q=Female%20in%20jeopardy%20puts%20a%20gorgeous%20woman%20in%20peril%20she%20is%20stalked%20kidnapped%20or%20otherwise%20besieged%20by%20bad%20guys%20and%20has%20to%20be%20rescued%20by%20a%20knight%20in%20shining%20armor&f=false) (дата обращения: 14.06.2022).

138. Fandom.com. Aesthetics Wiki. Decorpunk [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://aesthetics.fandom.com/wiki/Decorpunk> (дата обращения: 14.06.2022).

139. Film Terms Glossary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.filmsite.org/filmterms4.html> (дата обращения: 14.06.2022).

140. Fisher, A. Grindhouse: cultural exchange on 42nd Street and beyond / A. Fisher, J. Walker // NY: Bloomsbury Academic. – 2016. – 280 p.

141. Foubert, O. Gender-biased neologisms: the case of man-X [Электронный ресурс] / O. Foubert, M. Lemmens // Lexis. – 2018. – Режим доступа: <http://journals.openedition.org/lexis/2453> (дата обращения: 14.06.2022).

142. Goosse, A. La néologie française aujourd'hui / A. Goosse. – Paris: C.I.L.F., 1975. – 73 p.

143. Hao, P. Top Ten Best “Difficult Men” Drama Series on Television [Электронный ресурс] // Man of the Hour. – 2019. – Режим доступа: <http://www.manofthehourmag.com/entertainment/top-ten-best-dificult-men-drama-series-on-television> (дата обращения: 14.06.2022).
144. Hunter, I.Q. British trash cinema [Электронный ресурс] / I.Q. Hunter. – 2013. – Режим доступа: [https://www.academia.edu/5273445/British\\_Trash\\_Cinema](https://www.academia.edu/5273445/British_Trash_Cinema) (дата обращения: 14.06.2021).
145. Hwang, S.L. Drag queens [Электронный ресурс] / S.L. Hwang // The Wall Street Journal. – January 31, 1996. – Режим доступа: <https://www.southcoasttoday.com/article/19960203/NEWS/302039945> (дата обращения: 14.06.2022).
146. IMDb [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imdb.com/list/ls054996664/> (дата обращения: 14.06.2022).
147. Independent [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/features/whats-the-meaning-of-chick-noir-week-in-books-9613012.html> (дата обращения: 14.06.2022).
148. Jhala, A.H. Cinematic Discourse Generation: a dissertation submitted to the Graduate Faculty of North Carolina State University in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Doctor of Philosophy / A.H. Jhala. – Raleigh, North Carolina, 2009. – 145 p.
149. Jiang, M. Neologisms are epidemic: Modeling the life cycle of neologisms in China 2008-2016 [Электронный ресурс] / M. Jiang, X.Y. Shen, K. Ahrens, C-R. Huang // PLoS ONE. – 2021. – №16(2). – Режим доступа: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245984> (дата обращения: 14.06.2022).
150. Literary Terms.net [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://literaryterms.net> (дата обращения: 14.06.2022).
151. Mac: Macmillan Dictionary Online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.macmillandictionary.com/> (дата обращения: 14.06.2022).
152. Mariani, J. Women in Jeopardy: Plot Line of the Year / J. Mariani // New York. – April 14, 1975. – P. 40-43.

153. Martin, B. *Difficult Men: Behind the Scenes of a Creative Revolution: From the Sopranos and the Wire to Mad Men and Breaking Bad* / B. Martin // Penguin books. – 2014. – 320 p.
154. Merriam Webster [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 14.06.2022).
155. Mihailovici, A. *Neologia si structura neonomelor* / A. Mihailovici // *Studii si cercetări lingvistice*. – 2005. – LVI, 1-2. – P. 23-31.
156. Miller, S. *The Joy of the Hate-Watch* [Электронный ресурс] // *The New York Times*. – 2020. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2020/05/18/style/hatewatch-joy.html> (дата обращения: 14.06.2021).
157. Newmark, P.A *Textbook of Translation* / P.A. Newmark. – Hertfordshire: Prentice Hall International, 1988. – 292 p.
158. No Film School. *The Manic Pixie Dream Boyfriend Must Die* [Электронный ресурс]. – 2021. – Режим доступа: <https://nofilmschool.com/manic-pixie-dream-boyfriend-must-die> (дата обращения: 14.06.2022).
159. Nussbaum, E.T. *The female bad fan* [Электронный ресурс] / E.T. Nussbaum // *The New Yorker*. – October 17, 2014. – Режим доступа: <https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/female-bad-fan> (дата обращения: 14.06.2022).
160. Online Etymology Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.etymonline.com/> (дата обращения: 14.06.2022).
161. Oxford Reference Dictionary Online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095846645> (дата обращения: 14.06.2022).
162. Piazza, R. *Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of films and television series* / R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi. – Amsterdam: Benjamins, 2011. – 309 p.

163. Ranker: the worldwide leader in fan-powered rankings [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.ranker.com/> (дата обращения: 14.06.2022).
164. Reddit. What is your “guy cry” movie? [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: [https://www.reddit.com/r/movies/comments/6q85co/what\\_is\\_your\\_guy\\_cry\\_movie/](https://www.reddit.com/r/movies/comments/6q85co/what_is_your_guy_cry_movie/) (дата обращения: 14.06.2022).
165. Renouf, A. Defining neology to meet the needs of the translator: a corpus-based perspective / A. Renouf // *Neologica. Revue internationale de néologie*. – 2012. – №6. – P. 17–41.
166. Rondeau, G. Introduction à la terminologie Quebec / G. Rondeau. – 1984. – 238 p.
167. Schwarzbaum, L. No More Mr. Nice Guys [Электронный ресурс] / L. Schwarzbaum // *The New York Times*. – 2013, July 12. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2013/07/14/books/review/difficult-men-by-brett-martin.html> (дата обращения: 14.06.2022).
168. Seltzer, S. The Girl with the Dragon Tattoo: Why we should cheer Lisbeth Salander [Электронный ресурс] / S. Seltzer // *The Christian Science Monitor*. – 2010. – Режим доступа: <https://www.csmonitor.com/Commentary/Opinion/2010/0728/The-Girl-with-the-Dragon-Tattoo-Why-we-shouldcheer-Lisbeth-Salander> (дата обращения: 14.06.2021).
169. Seriot, P. Discourse / P. Seriot // *Analyse du discours politique soviétique*. – Paris: IMSECO, 1985. – 362 p.
170. Silverberg, R. Reflections and Refractions [Электронный ресурс] / R. Silverberg // Nonstop Press; Revised and expanded edition. – 2016. – Режим доступа: [https://books.google.ru/books?id=HZ8BAgAAQBAJ&pg=PT254&lpg=PT254&dq=s+moxploitation+silverberg&source=bl&ots=06ZWta\\_hEk&sig=ACfU3U3qaB0X61MBwzxUEMPp4M76YEoOVw&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiVidLh6f7yAhVMmls](https://books.google.ru/books?id=HZ8BAgAAQBAJ&pg=PT254&lpg=PT254&dq=s+moxploitation+silverberg&source=bl&ots=06ZWta_hEk&sig=ACfU3U3qaB0X61MBwzxUEMPp4M76YEoOVw&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwiVidLh6f7yAhVMmls)

КНХе3С9ЕQ6AF6BAgCEAM#v=onepage&q=smoxploitation%20silverberg&f=false (дата обращения: 14.06.2022).

171. Singer, M. Welcome to the Age of the Legacyquel [Электронный ресурс] / M. Singer // ScreenCrush. – November 23, 2015. – Режим доступа: <https://screencrush.com/the-age-of-legacyquels/> (дата обращения: 14.06.2022).

172. Stubbs, M. Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language / M Stubbs. – Oxford: Blackwell, 1983. – 272 p.

173. Tait, Th. Difficult Men: From the Sopranos and the Wire to Mad Men and Breaking Bad by Brett Martin – review [Электронный ресурс] / Th. Tait // The Guardian. – 2013, September 18. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/books/2013/sep/18/difficult-men-brett-martin-review> (дата обращения: 14.06.2022).

174. Third Barnhart dictionary of new English / ed. by K.R. Barnhart, S. Steinmetz, C.L. Barnhart. – New York: Hw Wilson Co, 1990. – 592 p.

175. Van Dijk, T. Ideology: Multidisciplinary Approach / T. Van Dijk. – London: Sage, 1998. – 365 p.

176. Thanet Writers CIC, a non-profit Community Interest Company [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://thanetwriters.com/> (дата обращения: 14.06.2022).

177. The Cambridge companion to science fiction / edited by E. James and F. Mendlesohn. – London: Middlesex University, 2003. – p. 94.

178. The Free Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.thefreedictionary.com/> (дата обращения: 14.06.2022).

179. TV Tropes [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tvtropes.org/> (дата обращения: 14.06.2022).

180. Urban dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.urbandictionary.com/> (дата обращения: 14.06.2022).

181. Variety. Slanguage Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://variety.com/static-pages/slanguage-dictionary/> (дата обращения: 14.06.2022).



182. West, K. Unsurprising: Netflix Survey Indicates People Like to Binge-Watch TV [Электронный ресурс] / К. West // Cinema Blend. – 2013. – Режим доступа: <https://www.cinemablend.com/television/Unsurprising-Netflix-Survey-Indicates-People-Like-Binge-Watch-TV-61045.html> (дата обращения: 14.06.2022).
183. WhatCulture.com. 10 best geriaction movies [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <https://whatculture.com/film/10-best-geriaction-movies?page=11> (дата обращения: 14.06.2022).
184. Winch, A. We can have it all: the Girlfriend Flick / A. Winch // Feminist Media Studies. – 2012. – №1. – P. 69-82.
185. Word Spy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wordspy.com/> (дата обращения: 14.06.2022).
186. WordBueno [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wordbueno.com/word> (дата обращения: 14.06.2022).