

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра романских языков и прикладной лингвистики  
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой РЯиПЛ  
\_\_\_\_\_ А.В. Колмогорова

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**РЕЧЕВОЙ СТЕРЕОТИПНЫЙ ОБРАЗ «ГЕРОЯ-МАЧО» В  
ИСПАНСКОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ  
КИНОЛЕНТ)**

Выпускник

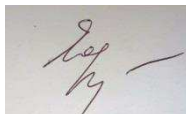
Е.И. Кравчук

Научный руководитель

д-р филол. наук,

проф. А.В. Колмогорова

Нормоконтролер



В.В. Ефимова

Красноярск 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ РЕЧЕВОГО СТЕРЕОТИПНОГО ОБРАЗА ЛИЧНОСТИ .....</b>	<b>6</b>
1.1. Понятие героя в культурологических и литературных исследованиях ..	6
1.2. Способы описания речевого облика героя .....	12
1.2.1. Речевая характеристика персонажа .....	13
1.2.2. Речевой портрет .....	15
1.2.3. Лингвокультурный типаж .....	19
1.2.4. Речевой стереотипный образ .....	23
1.3. Мачизм в современной испанской массовой культуре .....	25
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1 .....</b>	<b>34</b>
<b>ГЛАВА 2. ХАРАКТЕРИСТИКА РЕЧЕВОГО СТЕРЕОТИПНОГО ОБРАЗА «ГЕРОЯ-МАЧО».....</b>	<b>35</b>
2.1. Речевые формы .....	36
2.2. Речевые акты .....	44
2.3. Коммуникативные тональность и дистанция .....	50
2.4. Речевые средства .....	58
2.5. Паралингвистический компонент .....	63
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2 .....</b>	<b>71</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>72</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>75</b>
<b>СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА.....</b>	<b>81</b>

## ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день мы все чаще обращаемся к кинофильмам и телесериалам, как к источникам сведений об элементах той или иной культуры. Стоит отметить, что киноновелла, благодаря своей яркости и простоте восприятия, с одной стороны, формирует основные представления, взгляды и убеждения людей, а с другой – отражает полноценные стереотипные образы, что делает её очень популярной в современное время. Именно поэтому изучение языкового материала кинолент становится все более востребованным. В данной работе рассматриваются особенности речевого стереотипного образа «героя-мачо» в испанской массовой культуре на основе испанского кинематографа.

**Актуальность** выбранной темы обусловлена недостаточной изученностью в современной коммуникативной лингвистике и лингвокультурологии понятия «герой-мачо» и особенностей его репрезентации, в то время как этот феномен является неотъемлемой частью испанской культуры. Практическая же значимость исследования состоит в возможности использования его результатов в рамках учебных курсов по основам теории межкультурной коммуникации, а также для написания курсовых и выпускных квалификационных работ.

**Гипотеза** – в испанской лингвокультуре существует стереотипное представление о «герое-мачо» – человеке, чье поведение характеризуется такими особенностями, как мужественность, обостренное чувство собственного достоинства, стремление к завоеванию уважения в глазах общества, лидерства и превосходство над женщиной. Данные стереотипные характеристики поведения «героя-мачо» откладывают отпечаток на его речь, формируя в совокупности речевой стереотипный образ «героя-мачо».

**Цель исследования** – выявить характерные черты, приписываемые «героя-мачо» как речевой личности, его речевой стереотипный образ, на материале испанских кинолент.

Поставленная цель обуславливает следующие **задачи исследования**:

1. Обосновать понятие речевого стереотипного образа.
2. Рассмотреть феномен мачизма.
3. Определить методологию исследования.
4. Провести многоаспектный анализ кинодискурса.
5. Выявить и описать черты речевого стереотипного образа «героя-мачо» в испанском кинодискурсе.

**Объектом исследования** является речевой стереотипный образ «героя-мачо», представленный в современном испанском кинодискурсе.

**Предметом исследования** является языковые средства, посредством которых достигается своеобразие речевого образа «героя-мачо» в современном испанском кинодискурсе.

**Материал исследования** – испанские фильмы, представляющие образ «героя-мачо»: «Tres metros sobre el cielo», «Ocho apellidos vascos», «Combustion», «La piel que habito», «Tengo ganas de ti». Общая длительность видеоматериала – 564 минуты.

**Теоретическую базу** исследования составляют подходы к рассмотрению феномена мачизма в работах таких ученых, как М.Г. Котовская, Н.В. Шалыгина («Гендерное пространство в структуре общественного сознания»), Е.Н. Резников («Этнопсихологические характеристики студентов из стран Латинской Америки»), В.Ю. Силюнас («Искусство стран Латинской Америки»), Е.И. Трофимова («Гендерные исследования. Терминологические вопросы в гендерных исследованиях»), Д. Мацумото («Психология и культура»), Ш. Берн («Гендерная психология»). Методика описания речевого стереотипного образа основана на исследованиях А.Б. Есин («Принципы и приемы анализа литературного произведения»), В.И. Карасик, О.А. Дмитриева («Лингвокультурный типаж:

к определению понятия»), Ю.Н. Караулов («Русский язык и языковая личность»), В.В. Красных («Этнопсихология и лингвокультурология»), В.Е. Хализев («Теория литературы»), В.Е. Чернявская («Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия»), Н.В. Юдина, Е.А. Кузнецова («Языковой портрет современного финансиста»), В. Липпман («Общественное мнение»).

**Методами исследования** данной работы являются дефиниционный анализ, контекстуальный анализ, описательный метод, приемы качественно-количественного анализа и коммуникативный анализ.

В соответствии с поставленной целью, задачами и методами, **структура исследования** включает введение, 2 главы, заключение и список использованной литературы. Первая глава посвящена теоретическому рассмотрению основ изучения речевого стереотипного образа и феномена мачизма. Также в первой главе рассматриваются понятие героя в культурологических и литературных исследованиях и способы описания речевого облика героя, а именно: речевая характеристика персонажа, речевой портрет и лингвокультурный типаж.

Во второй главе проводится подробный анализ предмета исследования на основе эмпирического материала, а именно кинолент.

В заключении работы обобщаются полученные результаты анализа, в частности, описываются универсальные черты речевого стереотипного образа «героя-мачо» в испанской массовой культуре.

**Апробация:** Результаты исследования были представлены на Международной научно-практической конференции молодых исследователей «Язык, дискурс, (интер)культура в коммуникативном пространстве человека» (ИФиЯК СФУ, апрель 2019).

## ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ РЕЧЕВОГО СТЕРЕОТИПНОГО ОБРАЗА ЛИЧНОСТИ

1.1. Понятие героя в культурологических и литературных исследованиях

Понятие «герой» имеет множество значений.

Ожегов С.И. дает следующее определение понятию героя:

1. Человек, совершающий подвиги, необычный по своей храбрости, доблести, самоотверженности. Герои Великой Отечественной войны. Г. труда.

2. Главное действующее лицо литературного произведения. Г. трагедии. Г. романа.

3. Человек, воплощающий в себе черты эпохи, среды. Г. нашего времени.

4. Тот, кто привлек к себе внимание (чаще о том, кто вызывает восхищение, подражание, удивление). Г. дня. \*Герой Советского Союза – почетное звание, присваившееся за доблесть и героизм [Ожегов, 2008: 169].

Стоит отметить, что героическая личность эксплицируется при помощи лексем, указывающих на тип, пол, расу, возраст и род деятельности. Оценке подвергается мировоззренческий и поведенческий компонент [Омеличкина, 2013: 118]. We define a hero as a person who knowingly, and voluntarily, acts for the good of one or more people at significant risk to the self, without being motivated by reward. Героя можно определить как человека, добровольно действующего на благо общества независимо от возможности риска и вознаграждения [перевод наш – Е.К.; Kohen, 2017: 3; Franco, 2011: 99].

Что же касается «культурного героя», то, как считает культуролог М.И. Найдорф, «Образ Культурного героя – необходимый смысловой центр любой культуры, поэтому процесс формирования культур всегда

сопровождался выдвижением персонажей-символов – «Культурных героев» [Найдорф, 2005: 28].

В энциклопедии «Мифы народов мира» под редакцией С.А. Токарева дается следующее определение: Культурный герой – мифический персонаж, который добывает или впервые создаёт для людей различные предметы культуры (огонь, культурные растения, орудия труда), учит их охотничьим приёмам, ремёслам, искусствам, вводит определённую социальную организацию, брачные правила, магические предписания, ритуалы и праздники [Токарев, 1980: 566].

По мнению С.С. Березовской, само понимание культурного героя сложилось в зоне пересечения искусствоведческих, филологических и культурологических исследований. На сегодняшний день это понятие востребовано в гуманитаристике и смысл его сводится к следующему: это философско-мифологическая персонификация, моделирующая сакрального субъекта, воплощающего определённые черты национального характера, востребованные культурой, его породившей, и принявшие «адекватные» ей формы [Березовская, 2010: 68].

В культурологическом словаре под редакцией А.И. Кравченко термин имеет двоякий смысл:

1. Реальный человек, который благодаря своим моральным или профессиональным качествам превращен в культ, почитаемого человека, культурного лидера. Среди них называют мать Терезу, Грету Гарбо, Шерлока Холмса, Бертрана Рассела и др.

2. Персонаж мифических повествований, действия которого направлены на создание или добывание для людей различных культурных ценностей. Ими могут быть огонь, орудия труда, культурные растения и т.п. Примером служит известный мифологический Прометей [Кравченко, 2000: 301].

Е.М. Мелетинский, известный советский филолог и фольклорист, дает следующее определение:

Культурный герой – популярный образ первобытного фольклора, герой, приносящий людям элементы культуры и одновременно фигурирующий в качестве демиурга [Мелетинский, 1998: 334].

На протяжении всей истории своего развития общество всегда испытывало потребность в героях, людях более высокой природы, отличающихся выдающимися качествами и поступками, и канонизировало их как социальные эталоны. Представления о героях зародились в недрах мифологии, прошли длительную эволюцию и закрепились во всех культурах [Омеличкина, 2013: 3].

Культурный герой есть у каждого народа, и таких героев называют местными. Кроме них, существуют общечеловеческие культурные герои, которые пользуются заслуженным уважением всего человечества [Кравченко, 2000: 301].

Культурный герой часто имеет братьев, с которыми находится во враждебных отношениях. Иногда у культурного героя есть один брат, который ему неудачно подражает, враждует с ним, иногда даже пытается извести своего более умного брата [Мелетинский, 1998: 353].

Более того, культурному герою приписывается участие в мироустройстве: вылавливание земли из первоначального океана, установление небесных светил, регулирование смены дня и ночи, времён года, приливов и отливов, участие в создании, формировании и воспитании первых людей. Также он иногда выступает борцом со стихийными хаотическими природными силами, которые (в виде разнообразных чудовищ, демонов и др.) пытаются смести установленный порядок [Токарев, 1980: 566].

В общем, можно сделать вывод о том, что культурный герой – древнейший образ фольклора. Возникнув как обобщение трудового опыта, сказания о культурных героях с самого начала поэтизируют творческие возможности человека, хотя их и относят к доисторическому времени. Они – памятники родового общества и заключают начатки искусства, а также



религии и донаучных представлений о происхождении природы, общества и человеческой культуры [Мелетинский, 1998: 356].

В XIX-XX вв. культурные герои становятся первыми литературными персонажами народно-поэтического творчества [Мелетинский, 1998: 339].

Но нередко возникают проблемы в разграничении понятий «литературный герой», «образ», «персонаж», «тип» и «характер».

Литературный герой часто не отграничивается, с одной стороны, от типа – когда последнему приписывается нормативное для всякого образа единство индивидуального и общезначимого, с другой стороны – от характера, когда таковым считается всякое изображение человека в словесном искусстве. Нивелирующую роль играет, очевидно, понятие «образ»; разграничительную – понятие «персонаж», под которым обычно подразумевается «субъект действия», «действующее лицо», а также субъект речи. Персонаж может быть отличим от литературного героя по степени участия в действии – как второстепенное действующее лицо и как субъект высказываний, не доминирующих в речевой структуре произведения. В лирике кроме основного субъекта речи и носителя лирического события, которого считают литературным героем, но не персонажем («лирическое я», «лирический герой»), выделяют также «героя ролевой лирики», т.е. в сущности, персонажа – субъекта речи, чье высказывание для автора – не средство, а предмет изображения. Характер может быть противопоставлен типу как индивидуализированный персонаж – неиндивидуализированному или как персонаж, в котором раскрыт «внутренний» аспект, т.е. побудительные причины поведения и поступка, духовная «самостоятельность», – персонажу, показанному лишь извне, через поведение и поступок [Николюкин, 2001: 89].

Понятие термина «литературный герой» многогранно и подробно рассматривается в различных словарях и энциклопедиях.

Например, в литературном энциклопедическом словаре термин «литературный герой» многозначен:

1. Господство, положение действующего лица в произведении (как главного героя в сравнении с персонажем), указывая, что данное лицо несет основную проблемно-тематическую нагрузку. В некоторых случаях это понятие употребляется для обозначения всякого действующего лица произведения.

2. Под термином «литературный герой» понимается целостный образ человека – в совокупности его облика, образа мыслей, поведения и душевного мира; близкий по смыслу термин «характер» [Кожевникова, 1987: 195].

По Словарю литературоведческих терминов под редакцией С.П. Белокуровой, литературный герой – главное или одно из главных действующих лиц в прозаическом или драматическом произведении; художественный образ человека, являющегося одновременно субъектом действия (т.е. действующим лицом произведения) и объектом авторского исследования [Белокурова, 2006: 40].

Литературная энциклопедия терминов и понятий под редакцией А.Н. Николюкина дает следующее определение литературному герою: действующее лицо в литературном произведении, а также носитель точки зрения на действительность, на самого себя и других персонажей [Николюкин, 2001: 89].

Таким образом, обобщив все определения, можно сделать вывод, что (hero or heroine is the main character in a narrative or dramatic work) литературный герой – это некое действующее лицо в художественном тексте [перевод наш – Е.К.; Baldick, 2001: 112] в совокупности с его обликом, мышлением и авторским отношением к нему.

Посредством литературного героя писатель выражает свое понимание человека, взятого с некоторой точки зрения, во взаимодействии подобранных писателем признаков. В этом смысле можно говорить о том, что литературный герой моделирует человека [Гинзбург, 1979: 5].

Если попытаться увидеть литературного героя в движении времени, отбирая в качестве примеров наиболее характерные его воплощения, то можно представить направление исторической эволюции литературного героя:

1. Идеальный герой эпоса;
2. Устойчивая маска, наделенная одномерными признаками в классицизме;
3. Герой романтической литературы, раздираемый противоречиями;
4. Социально-исторически и психологически обусловленный герой реалистического романа 19-20 веков;
5. Наконец, антигерой современной, прежде всего зарубежной, литературы [Кожевникова, 1987: 195]. Hamlet is the protagonist and King Claudius the antagonist in Shakespeare's play Например, Гамлет – главный герой, а король Клавдий – антигерой в пьесе Шекспира [перевод наш – Е.К.; Abrams, 1999: 224].

Литературного героя выявляет также общность отдельных произведений, сгруппированных по идейной близости (литература о “лишнем человеке, “маленьком человеке”, потерянном поколении). Известны герои, неоднократно воплощавшиеся писателями разных времен и народов, то есть вечные образы мировой литературы (Прометей, Фауст, Дон Жуан) [Кожевникова, 1987: 195].

Однако, создавая своего героя, писатель не моделирует некую категорию социальной, этической, биологической классификации человека, но всегда некий комплекс представлений о человеке. В него может войти и бытовая характерология, и запас частных наблюдений, и авто - психологический опыт [Гинзбург, 1979: 5].

Иными словами, роль и специфика литературного героя в наибольшей степени выявляются в круге проблем «герой – автор». По мнению М.М. Бахтина, их взаимоотношения обуславливаются двумя факторами: той позицией (явной или скрытой), которую занимает автор по отношению к

своему литературному герою (героизация, ирония, осмеяние, сочувствие и т. д.), и жанровой природой произведения (скажем, в сатире тип отношения автора к герою будет иным, чем в психологической прозе) [Кожевникова, 1987: 195].

Литературная критика, оценочная по своей природе, нередко оперирует такими понятиями, как “положительный герой” и “отрицательный герой”. Такое условное разделение обнажает, сводя к полюсам, социальные и нравственные идеалы писателя. Именно через восприятие литературного героя связь литературы и жизни обнаруживается наиболее явно, непосредственно [там же].

Стоит заметить, что на протяжении одного текста герой может обнаруживаться в самых разных формах: упоминание о нем в речах других действующих лиц, повествование автора или рассказчика о связанных с персонажем событиях, анализ его характера, изображение его переживаний, мыслей, речей, наружности, сцены, в которых он принимает участие словами, жестами, действиями [Гинзбург, 1979: 89].

Герой, таким образом, это не только конкретная выдающаяся личность, но и утвердившийся в рамках данного культурного и временного пространства обобщенный типаж, содержание которого зафиксировано определенным языковым символом [Омеличкина, 2013: 3]. Иными словами, образ культурного героя эволюционировал и принял образ литературного героя.

## 1.2. Способы описания речевого облика героя

Талантливо созданная речевая характеристика героя – важный штрих к портрету персонажа. Умелое использование речевых характеристик – один из инструментов профессионала своего дела [Храпова, 2016: 25]. They appear to us as “vivid” characters as opposed to inert marks on a page. It is their vividness that gives a “new emphasis” and incomparable value to the stories told about and

through them. Так, герои кажутся нам «яркими» персонажами, а не просто отметкой на странице. Именно их живость придает ценность произведениям искусства [перевод наш – *Е.К.*; DiBattista, 2010: 10]. И нет ничего скучнее героев разного возраста, разного рода занятий и темпераментов, которые говорят одинаковым языком [Храпова, 2016: 25].

### 1.2.1. Речевая характеристика персонажа

Термин «персонаж» взят из французского языка и имеет латинское происхождение. Словом «*persona*» древние римляне обозначали маску, которую надевал актер [Хализев, 1999: 102]. С 19-го века понятие использовалось в значении «почетный», «выдающийся» [перевод наш – *Е.К.*; English Oxford Living Dictionaries, 2018].

На сегодняшний день, Оксфордский словарь дает следующее определение этому термину:

1. Человек (используется, чтобы выразить важность и высокий статус);
2. Персонаж в пьесе (и других произведениях искусства) [перевод наш – *Е.К.*; English Oxford Living Dictionaries, 2018].

Персонаж имеет как бы двойную природу. Он, во-первых, является субъектом изображаемого действия, стимулом развертывания событий, составляющих сюжет. Во-вторых, и это едва ли не главное, персонаж имеет в составе произведения значимость самостоятельную, независимую от сюжета (событийного ряда): он выступает как носитель стабильных и устойчивых (порой, правда, претерпевающих изменения) свойств, черт, качеств [Хализев, 1999: 103].

Выделяют 3 основных типа персонажей:

1. Персонажи, принадлежащие к авантюрно-героическому сверхтипу, стремятся к славе, жаждут быть любимыми, склонны активно участвовать в смене жизненных положений, бороться, достигать, побеждать [Хализев, 1999: 104].

2. Персонажи, принадлежащие к житийно-идиллическому сверхтипу, не причастны какой-либо борьбе за успех. Они пребывают в реальности, свободной от поляризации удач и неудач, побед и поражений, а в пору испытаний способны проявить стойкость, уйдя от искусов и тупиков отчаяния. Духовные колебания в их жизни либо отсутствуют, либо оказываются кратковременными и, главное, вполне преодолимыми [Хализев, 1999: 106].

3. Персонажи, принадлежащие к «отрицательному» сверхтипу, подчинены безжизненной рутине, омертвевшим стереотипам среды, подвластны собственным эгоистическим побуждениям. Они либо томятся однообразием и бессмысленностью существования, либо с ним примиряются и чувствуют себя удовлетворенными [Хализев, 1999: 107].

«Герой-мачо» характеризуется стремлением к завоеванию уважения, превосходства, славы. По этим признакам его можно отнести к авантюрно-героическому сверхтипу персонажей.

Существует несколько основных приемов описания персонажа. На первый план выходит характеристика героя через сюжет, через поступки, причем действия и слова героев всегда психологически насыщены и тем самым характерологичны. Другим ведущим приемом создания образа персонажа является его речевая характеристика, манера речи [Есин, 2000: 71].

Зачастую под речевой характеристикой персонажа подразумевают подбор особых для каждого действующего лица литературного произведения слов и выражений как средство художественного изображения персонажей. В одних случаях для этой цели используются слова и синтаксические конструкции книжной речи, в других средством речевой характеристики служат просторечная лексика и необработанный синтаксис и т.д., а также излюбленные «словечки» и обороты речи, пристрастие к которым характеризует литературный персонаж с той или иной стороны [Розенталь, 1985: 236].

Обычно языковая личность изучается на всем протяжении произведения на основе всех высказываний героя. Но некоторые ученые, такие как И.В. Трещалина, считают, что при анализе речевого портрета героя, необходимо учитывать только прямую речь. Другие исследователи, например, А.М. Салмина, принимают во внимание и несобственно-прямую речь. Прямые авторские размышления, самоанализ героя, высказывания о нем других, а также поступки, жесты, мимика (то есть косвенные характеристики) – все это должно учитываться при психологическом анализе в художественном произведении [Храпова, 2016: 24].

Важное место принадлежит речи героев и их внутренним монологам: «Слово персонажа может стать до предела сжатым отражением его характера, переживаний, побуждений, своего рода фокусом художественной трактовки образа [там же].

Но больше всего именно в диалогах проявляется настоящий характер персонажа, его мотивы, ситуация, в которой он находится в данный момент. Диалог в полной мере дает исследователям представление о свойствах героя, обнажает его душу. Трудную художественную задачу выполняет каждое слово: характеризует героя, его время, среду, его мысли и переживания, содержит в себе информацию о событиях, касающихся персонажа, развивает сюжет произведения, привносит в него дополнительную динамику, а иногда неожиданный поворот [там же].

Именно благодаря анализу речевой характеристики персонажа представляется возможным составить речевой портрет героя.

### 1.2.2. Речевой портрет

Портрет – произведение изобразительного искусства, содержащее изображение какого-либо определённого человека или группы людей (в живописи, скульптуре, графике и фотографии)». При этом в большинстве толковых словарей отражается и переносное значение данного слова:

«художественное изображение, образ литературного героя» [Юдина, 2016: 53].

В 60-е годы XX века Михаил Викторович Панов ввел в современную лингвистику понятие «речевой портрет», или «социолингвистический портрет». Ученый занимался созданием фонетических портретов политических деятелей, писателей и ученых [Панов, 2002]. Наибольший интерес исследователей речевое портретирование вызвало в 80–90-е годы XX века. Важнейшим положением, сформулированным в рамках лингвистической науки того времени, стало утверждение о том, что в речевом портрете человека отражается его принадлежность к социальным общностям. Если человек одновременно входит в несколько профессиональных структур, то специфическими чертами его речевого портрета становятся полигlossenность и диглоссия [Фесенко, 2018: 92].

Понятие речевой портрет в лингвистической науке в первую очередь демонстрирует способность речевого поведения человека определённым образом передавать личностные доминантные смыслы [Юдина, 2016: 54].

Т. П. Тарасенко определяет понятие «речевой портрет» как «совокупность языковых и речевых характеристик коммуникативной личности или определенного социума в отдельно взятый период существования» [Тарасенко, 2007: 8].

Таким образом, личность выделяется как объект наблюдения, её речь – как материал исследования [Варламова, 2017: 24].

С одной стороны, речевой портрет личности индивидуален и отражает уникальный, неповторимый для каждого человека жизненный опыт. С другой стороны, язык выступает коллективным хранителем информации о мире, социуме и его институциональных проявлениях. С этих позиций язык является неким «зеркалом» жизнедеятельности членов того или иного социума [Гафарова, 2006: 3]. Следовательно, речевой портрет группы может быть основой для воссоздания определенного типажа [Дубровская, 2017: 18].



По количеству объектов исследования, речевой портрет может быть индивидуальным и коллективным. Речь отдельного человека может содержать в себе черты, которые являются типичными для языковых привычек и особенностей данной социальной среды, и задача исследователя состоит в том, чтобы выявить эти черты и дать им соответствующую социолингвистическую интерпретацию, показывая, что они являются отражением речевых особенностей группы, в которую входит индивид [Ярошенко, 2010: 69]. При этом в центре внимания исследователя, изучающего индивидуальный речевой портрет, оказывается определённый индивидуальный стиль языковой личности, который отражает специфику её речевого взаимодействия [Юдина, 2016: 59].

В современной отечественной науке существует ряд работ, в которых представлены примеры разработки конкретных индивидуальных речевых портретов. Так, анализу может подвергаться речь известных деятелей культуры: актёров, музыкантов, телеведущих, хотя чаще всего в центре внимания исследователей находится речевой портрет известных политиков, будь то политические деятели прошлых лет или представители этой сферы наших дней, причём как российские, так и зарубежные. Речевой портрет подобного рода составляется в большинстве случаев, когда речь идёт о неординарной языковой личности, которая не только внесла или вносит определённый вклад в развитие культурной сферы общества, но и характеризуется творческим отношением к языку [там же].

При этом коллективный речевой портрет даёт возможность обобщить факты, процессы и явления, которые свойственны речи представителей определённого круга, выделяемого по возрастному, профессиональному, социальному, национальному или какому – либо другому признаку. Так, например, в свете всё более повышающегося интереса к описанию коллективного речевого портрета различных возрастных и социально – профессиональных групп появляются работы, которые посвящены анализу речевых особенностей школьников и студентов. Описание подобных речевых

портретов осуществляется путём анализа использования языковых единиц всех уровней [Юдина, 2016: 61].

Не стоит забывать и о существовании понятия национальный речевой портрет, описание которого предполагает анализ особенностей, присущих языковой личности, представляющей ту или иную национальную группу [там же].

По соотнесенности с действительностью объект исследования может быть реальным или вымышленным. По уровню обобщения объект исследования бывает релевантным или среднестатистическим. По социальной локализации выделяются личностный и институциональный объект. Материалом для составления речевого портрета может выступать как речь, зафиксированная в письменном виде, так и аудиозаписи звучащей речи. В основу составления речевого портрета в зависимости от цели, характера материала могут быть положены следующие параметры:

а) полные характеристики речи на всех уровнях манифестации языковой системы (фонетика, грамматика, лексика, прагматика);

б) частичные характеристики речи на всех или большинстве уровней;

в) селективные характеристики на некоторых или всех уровнях [Варламова, 2017: 30].

Юрий Николаевич Караулов намечает три основных аспекта (уровня), по которым должен проводиться анализ речевого портрета:

1. Вербально-семантический, или лексикон личности; лексикон, понимаемый в широком смысле, включает, по нашим представлениям, и фонд грамматических знаний личности;

2. Лингво-когнитивный, представленный тезаурусом личности, в котором запечатлен «образ мира», или система знаний о мире;

3. Мотивационный, или уровень деятельностно-коммуникативных потребностей, отражающий прагматикой личности, т.е. систему ее целей, мотивов, установок и интенциональностей [Караулов, 2010: 238].

Модель описания речевого портрета включает в себя два компонента: содержательный и коммуникативный. Содержательный компонент включает в себя ключевые слова и концепты, которые использует языковая личность [Морозова, 2016: 5]. А коммуникативная составляющая включает в себя речевые стратегии, тактики и приёмы [Морозова, 2016: 6]. Однако, существует более объемная модель описания, в которой выделяются пять уровней: 1) уровень врожденных предпосылок формирования коммуникативной компетенции; 2) уровень формирования коммуникативных черт характера; 3) уровень сформированности речевого мышления; 4) уровень жанрово-ролевой компетенции; 5) уровень культурно-речевой компетенции [Цзян, 2016: 191].

Таким образом, речевой портрет представляет собой совокупность лексических, грамматических, фонетических особенностей речевого поведения персонажа, при этом, он создается посредством анализа прямой, косвенной и несобственно-прямой речи и их смешанных форм. Речевые портреты отражают не только особенности речи того или иного социума, но и мировоззрение, и мироощущение его членов [Гафарова, 2006], а также возрастные, тендерные, психологические, социальные, этнокультурные и лингвистические ее характеристики [Тарасенко, 2007: 8].

### 1.2.3. Лингвокультурный типаж

В языкознании 21 века в результате синтеза лингвоконцептологии и лингвоперсонологии возникла новая область знания – теория лингвокультурных типажей [Мурзинова, 2009: 46]. Лингвокультурный типаж является узнаваемым образом представителей определенной культуры, совокупность которых и составляет культуру того или иного общества [Карасик, 2005: 8].

Понятие «лингвокультурный типаж» соотносится с другими понятиями, характеризующими человека сквозь призму его

коммуникативного поведения. В качестве важнейших смежных с ним понятий исследователи называют «роль», «стереотип», «амплуа», «персонаж», «имидж» и «речевой портрет»: 1) наиболее близко пересекается с лингвокультурным типажом понятие «роль», составляя основу содержания поступков типажа; 2) не столь тесно связан с типажом «стереотип» – лингвокультурный типаж включает стереотипные представления о типизируемой личности; 3) «амплуа» и типаж противопоставляются по принципу сознательного/ эмоционально-окрашенного выбора и сфере поведения; 4) «персонаж» и типаж тесно переплетены и в ряде случаев могут использоваться практически как синонимы; 5) «речевой портрет», в свою очередь, может рассматриваться как один из компонентов лингвокультурного типажа; 6) лингвокультурный типаж имеет определенные точки пересечения с «имиджем», отличаясь от последнего многомерностью и относительной объективностью [Дубровская, 2017: 45].

В настоящее время основные исследования теории лингвокультурных типажей ведутся в направлении описания различных типажей, которые, по мнению их исследователей, занимают важное место в культурах русского и других народов [Дубровская, 2017: 4].

В качестве основных критериев для выделения лингвокультурных типажей О.А. Дмитриева предлагает рассматривать следующие признаки, значимые для характеристики личностей:

1) социальный класс (принадлежность типажа к господствующей либо не господствующей группе общества, например, «дворянин» и «крестьянин»);

2) территориальный признак (местность, в которой проживает типаж – «москвич», «парижанин», «гасконец» и др.);

3) событийный признак (событие, на основании которого выделяется типаж (например, «декабрист», «блокадник», «якобинец»);

4) этнокультурная уникальность (эндемичность типажа, его принадлежность только к одной культуре – «гризетка», «мушкетер», «казак»);

5) трансформируемость (привязанность типажа только к конкретному историческому периоду либо его переосмысленная модификация в последующие периоды – ср. «декабрист» и «гусар»).

Эти признаки взаимодополнительны [Дмитриева, 2005: 6].

Моделирование лингвокультурных типажей способствует осмыслению ценностных приоритетов, присущих той или иной лингвокультуре [Мурзинова, 2009: 46]. Лингвокультурные типажи отражают признаки как реально существующих людей, так и персонажей художественной литературы, театра и кинематографии [Ярмахова, 2005: 17]. Кроме того, в коммуникативном массовом сознании типаж может иметь положительную и отрицательную характеристику [Дмитриева, 2005: 6].

Е.М. Дубровская приводит пример моделирования лингвокультурного типажа «хакер»: «При опросе респондентов о том, как они относятся к хакеру, было выявлено, что хакеров уважают (за знания, стремления всегда добиваться цели, за свободу самовыражения, заключающуюся в вызове, бросаемом своими действиями другим членам общества), ими даже могут восхищаться, стремиться походить на них в некоторых аспектах. В тоже время над хакерами смеются, они могут вызывать жалость тем, что не видят ничего, кроме своего мира, мира компьютеров, сетей и технологий. Хакер, оторванный от своего мира, представляется беспомощным и даже жалким, ему сочувствуют из-за неустроенности жизни, быта и т.п.» [Дубровская, 2017: 14].

Лингвокультурный типаж имеет следующую структуру:

1) характеристика социально-исторических условий, в рамках которых выделяется определенный типаж;

2) перцептивно-образное представление о типаже, включающее его внешность, возраст, пол, социальное происхождение, среду обитания, речевые особенности, манеры поведения, виды деятельности и досуга;

3) понятийные характеристики, построенные на дефинициях, описаниях, толкованиях;

4) ценностные признаки – оценочные высказывания, характеризующие как приоритеты данного типажа, так и его оценку со стороны его современников и носителей сегодняшней лингвокультуры [Дмитриева, 2005: 3].

В работе О.А. Дмитриевой предложена исследовательская модель описания лингвокультурного типажа, отражающая его структуру и включающая следующие компоненты:

1) паспорт лингвокультурного типажа (внешний образ, одежда, возраст, гендерный признак, происхождение, место жительства и характер жилища, сфера деятельности, досуг, семейное положение, окружение, речевые особенности),

2) социокультурная справка,

3) дефиниционные характеристики,

4) ценностные характеристики [Дмитриева, 2005: 7].

Термин «лингвокультурный типаж» представляется наиболее удачным для изучения картины мира, менталитета того или иного народа, поскольку в нем акцентируется внимание, во-первых, на культурно-диагностической значимости типизируемой личности для понимания соответствующей культуры, и, во-вторых, на изучении этой личности с позиций лингвистики (с учетом обозначения, выражения и описания соответствующего концепта, воплощенного в языке) [Дубровская, 2017: 4].

Таким образом, лингвокультурный типаж представляет собой определенную модельную личность с набором уникальных характеристик, свойственных данной культуре, т.е. это символ культуры внутри культуры, и, возможно, для представителей других национально-культурных сообществ.

Лингвокультурные типажи характеризуются такими признаками, как: узнаваемость и ассоциативность, рекуррентность, хрестоматийность, широкая узнаваемость, знаковость (символичность), яркость, типичность, прецедентность [Дмитриева, 2005: 7]. Типаж проявляется как через свое речевое поведение (речевой портрет), так и через описание поведения в целом [Ярмахова, 2005: 7]. Речевой портрет лингвокультурного типажа складывается из вербальной и невербальной коммуникаций, которые могут дополнять, усиливать, ослаблять, замещать и редко опровергать друг друга [Чеботарев, 2015: 120].

#### 1.2.4. Речевой стереотипный образ

В огромном шумном многоцветье внешнего мира мы вычленим то, что уже было определено нашей культурой. Мы воспринимаем предметы через стереотипы нашей культуры. Усмотрев в каком-то человеке знакомую, свойственную определенному типу черту, мы восполняем отсутствующую информацию о нем с помощью стереотипов, содержащихся в нашем сознании. Сами стереотипы ассоциируются со страхами, желаниями, влечениями, гордостью, надеждой. Объект, который активизирует стереотип, оценивается в связи с соответствующими эмоциями [Lippmann, 2004].

Понятие стереотипа вошло в научный обиход в начале XX в. Тогда функционирование стереотипа объяснялось через анализ социально-психологических аспектов деятельности людей и рассматривалось в системе тех факторов, которые вызывают его появление и детерминируют его функционирование [Красных, 2002: 176].

В. В. Красных рассматривает феномен стереотипа в контексте социального взаимодействия, как некую «модель» действия, поведения. Эта модель связана с определенным (национально) детерминированным выбором той или иной тактики и стратегии поведения в некоторой ситуации [Красных, 2002: 177].

В.Е. Чернявская считает, что стереотип – упрощенное, заранее принятое в общественном сознании представление, не вытекающее из собственного опыта человека: предзаданная «картинка мира» в голове человека, накладывающее на его восприятие, оценки определенную рамку, отсекающая иные возможные суждения и оценки [Чернявская, 2006: 53].

Стереотип может выступать в двух ипостасях: как некоторый сценарий ситуации и как собственно представление. В первом случае стереотип является стереотипом поведения. Такой стереотип выполняет прескриптивную функцию: он определяет поведение и действия, которые следует осуществлять. Во втором случае стереотип выступает как стереотип-представление. Такой стереотип выполняет предиктивную функцию: он определяет то, чего следует ожидать в той или иной ситуации [Красных, 2002: 178].

Речевой стереотипный образ можно трактовать как регулярно воспроизводимую в определенном типе дискурса совокупность речевых характеристик личности, редуцированно и субъективно подменяющих её реальный речевой портрет для достижения одной из целей дискурса [Колмогорова, 2014]. Здесь основополагающую роль играют ключевые слова. Ключевые слова следует понимать, как наиболее значительные, распространенные в социальных дискуссиях, общественно значимые слова. Поэтому речевые стереотипы нередко связываются с понятием речевого штампа – механически употребляемого образца, утратившего стилистическую выразительность, или речевого клише – трафаретного, повторяющегося выражения [Чернявская, 2006: 53].

Сравнивая понятия персонаж (плод чистого вымысла писателя, либо результат домысливания облика реально существовавшего человека, либо, наконец, итог обработки и достраивания уже известных литературных героев [Хализев, 1999: 103]) или синонимичных данному термину словосочетаний «литературный герой» и «действующее лицо», которые несут в себе и дополнительные значения: слово «герой» подчеркивает позитивную роль,



яркость, необычность, исключительность изображаемого человека, а словосочетание действующее лицо» – тот факт, что персонаж проявляет себя преимущественно в совершении поступков [Хализев, 1999: 102], следует отметить, что рассмотрение «героя-мачо» именно через речевой стереотипный образ представляется важным, так как стереотипный образ являет собой обобщенное представление о типичных чертах, характеризующих какой – либо народ [Папикян, 2015: 103], в нашем случае, стереотипные образы отражают материальную и духовную культуру, которая является общей для определенной группы людей в обществе и распространяется на каждого его представителя. Более того, рассмотрение речевого стереотипного образа «героя-мачо» на основе кинолента является важным в современном мире, поскольку именно в фильмах чаще всего встречается данный образ.

### 1.3. Мачизм в современной испанской массовой культуре

Machismo is a complicated concept yet it is not well defined. Мачизм – сложное явление, до сих пор не имеющее единого общепринятого определения [перевод наш – *Е.К.*; Adams, 2006: 8; Arciniega, 2008: 19].

Словарь Испанской Королевской Академии определяет мачизм следующим образом:

Мачизм – высокомерное отношение мужчин по отношению к женщинам [перевод наш – *Е.К.*; Machismo, 2018].

Профессор психологии Калифорнийского университета Дэвид Мацумото дает следующее определение: machismo is the prominent exhibition of the male sex role including being a provider, as well as being unemotional, strong, enduring, authoritative, active, dominant, critical, and aggressive. Мачизм — это проявление таких мужских качеств, как безэмоциональность, сила, стойкость, авторитетность, активность, доминирование, агрессия [перевод наш – *Е.К.*; Matsumoto, 2009: 293].

М.Г. Котовская и Н.В. Шалыгина понимают этот термин так:

Мачизм – тип мужского поведения, обладающий ярко выраженной брутальностью, сильным зарядом примитивной сексуальности, доминированием «самцовости» в мировоззренческих установках личности [Котовская, 2013: 166].

М.С. Матросова и Е.В. Усанина дают следующее определение:

Мачизм – особая маскулинность, характерная для испаноязычных народов, которая характеризуется такими признаками как культ силы, мужественности и сексуальности мужчины, убежденность в превосходстве мужского пола над женским [Матросова, 2014: 34].

Таким образом, в современном дискурсе «мачизм» обозначает не только половую принадлежность, но также артикулирует все дополнительные характеристики, корреспондирующие с ним и считающиеся мужскими: агрессивность, наступательность, жесткость, мощь, брутальность, крепость, грубость, сила (ассоциирующаяся с развитой мускулатурой), энергичность, демонстрация волевого компонента, сексуальная мощь [Трофимова, 2002: 179].

Более того, термин «мачизм» имеет разнообразную интерпретацию в политической сфере. В политическом смысле «мачизм» презентуется в нескольких планах: символ «отца» выполняет государство, символ «матери» выражается в форме культуры, а роль «сына» выполняет «народ». Отсюда предполагается, что если в семейной жизни следуют наказания со стороны мужчины как главы семьи, то на «политическом» уровне возможны и необходимы полицейские и военные меры. Таким образом, «мачизм» имеет не только семейные и нравственные истоки, но и политические корни [Резников, 2009: 17].

Существует несколько точек зрения на причины возникновения и развития такого феномена, как мачизм.

Преобладает предположение, что мужское поведение в стиле «мачо» является адаптацией к высокому уровню риска, связанному с добычей

необходимых средств существования. В пример приводятся два острова в южной части Тихого океана Трук и Таити. Мужчины острова Трук – готовые к борьбе отчаянные воины, неразборчивые в сексе, при этом предполагается, что женщина не возражает мужчине и ждет, что он защитит ее. Мужчины с острова Таити, напротив, не стремятся к достижениям материального характера или к конкуренции, они ведут себя пассивно и покорно, тогда как женщины, как правило, сексуально активны. Эти различия объясняются разными способами добычи пищи. Жители Таити ловят рыбу в защищенных лагунах, где им ничто не угрожает, а рыба есть в изобилии. Жители Трука вынуждены ловить рыбу в открытом море, где вероятность не вернуться домой после проведенного в море дня достаточно высока. Таким образом, стиль «мачо» может представлять собой форму адаптации к риску, которая помогает мужчинам противостоять опасности [Мацумото, 2003: 328].

В.Ю. Силюнас считает, что мачизм, с его культом силы, агрессивностью и индивидуалистическим самоутверждением, давлением, возводимым иногда в ранг государственной политики, и вместе с тем мужественностью, выносливостью, презрением к смерти (и чужой и своей), сформировался в колониальный период под воздействием конкретных социально-исторических факторов [Силюнас, 1986: 52].

Вот как описывают становление мачизма в Испании М.Г. Котовская и Н.В. Шалыгина:

Накануне испано-португальского завоевания южноамериканского континента в XVI-XVII вв. эти две европейские державы переживали последний период распада классических ценностей феодально-патриархальной системы. Царивший здесь три столетия назад дух благородного рыцарства, определявший стереотипы поведения идеального мужчины, навсегда канул в Лету и уступил место новому типу мышления, который историки называют ренессансным и который со временем стал почвой для формирования мачизма [Котовская, 2013: 168].

Завоевателями принято считать конкистадоров. По словам советского ученого – И. Григулевича, это были «обнищавшие идальго... а также плебейские слои испанского общества, хлынувшие за океан» в поисках обогащения. Все они были одержимы жаждой «зверской расправы над непокорными индейцами», не пожелавшими мириться с европейским вторжением [там же]. Конкистадор – это прежде всего мужчина, решившийся на рискованное, почти отчаянное предприятие ради поставленной цели, победитель. Сильный, жестокий агрессор, хозяин завоеванных земель. Так, по мнению видного мексиканского писателя О. Паса, феномен мачизма приобрел такое гипертрофированное значение именно по причине насилия, совершенного мачо-конкистадором над культурой индейцев [Котовская, 2013: 169].

Также следует перейти от термина «мачизм», описывающее само явление, и разобрать термин «мачо», характеризующее поведение человека.

Испанско-русский словарь Б.П. Нарумова и Г.Я. Туровера дает следующий переводу слова *macho*:

1. самец
2. *macho (de) cabrío* — козёл  
(*macho rono*) мул
3. растение мужской особи
4. дурак, глупец
5. разг. белый иностранец
6. глупый
7. крепкий, сильный  
*vino macho* – крепкое вино  
*relo macho* – жёсткие волосы
8. *montar el macho* – расвирепеть, дойти до белого каления
9. *pararle el macho a uno* – осадить, поставить на место
10. Времяпрепровождение

Pasar el macho/amarrar el macho – весело проводить время, развлекаться, забавляться [Narumov, 2004: 480].

В современном испанско-русском словаре М.И. Кипниса и А.И. Комаровой остается только одно значение:

Macho – самец [Кипнис, 2013: 205].

По мнению Е.Н. Мазиной и В.В. Кузововой, гендерная номинация macho, давшая название одной из тематических групп, обозначает тип маскулинности, который характеризуется нарочитой, «показательной» мужественностью [Мазина, 2008: 135].

Е.Н. Резников пишет, что понятие «macho» обозначает мужчин, для которых характерна манера поведения, связанная с демонстрацией своих «мужских возможностей» [Резников, 2009: 17].

СМИ как один из основных «поставщиков» моделей гендерной идентичности предлагает целый ряд мужских номинаций, используемых синонимично слову «macho»: *cowboy, terminator; gladiator, patriarchal man, hot guy, taker-your-breath-away*. В контекстах современных британских и американских журналов данный тип маскулинности оценивается преимущественно положительно [Мазина, 2008: 135].

Наиболее конкретно образ «macho» можно разобрать на примере работы Кофмана, в которой он исследовал мачистские мотивы в испанских коплах Copla - Composición musical que narra acontecimientos cotidiano. Копла – это музыкальная композиция, рассказывающая о повседневных событиях [перевод наш – Е.К.; Valencia, 2012: 58].

Например:

1. La mujer la comparo

Con la veleta:

Al menor vientecito

Pega media vuelta.

La primer la hizo Diós

Y esa enganá al padre Adán;

Cuando a esa la hizó Diós  
Pas demás como serán!  
Женщину я сравню  
С флюгером:  
При малейшем ветерке  
Поворачивается.  
Первую женщину создал бог.  
И она обманула праотца Адама;  
Если так поступила эта.  
То каковы же остальные [Сильюнас, 1986: 60]!

2. Mi mujer y mi caballo  
Se me murieron a un tiempo.  
Que mujer – ni que demonio.  
Mi caballo es lo que sienlo.  
У меня жена и лошадь  
Умерли одновременно.  
Что жена? – черт с пей.  
Лошадь, вот кого жалко [Сильюнас, 1986: 61]!

3. Yo soy el hombre más fuerte  
De cuantos hay en el mundo,  
He corrido muchas tierras  
Y no le temo a ninguno.  
Yo fuí subiendno y subí  
Hasta el último elemento  
Y puse la fama mía  
Donde ninguno la ha pueslo.  
Я самый сильный мужчина  
В мире,  
Я объехал множество стран  
И никого не боюсь.

Я подпимался и поднялся

На самую вершину славы

И прославился так.

Как еще никто не прославлялся [там же].

В первых двух коплах показано неуважительное отношение к женщине, в третьей, можно видеть восхваление себя, нарциссизм.

Таким образом, можно составить приблизительный психологический портрет образа «героя-мачо» по следующим критериям:

#### 1. Семья:

Мужчина-мачо возвышается над всеми членами семьи, игнорируя любые проявления эгалитарных отношений. Стиль общения мужа с женой напоминает стиль общения хозяина и рабыни. Темы разговоров между мужем и женой тоже жестко регламентированы. Женщине предписано, скорее, отвечать на вопросы, чем задавать их. Расспрашивать мужа о делах, которые он ведет вне дома, вообще категорически запрещено [Котовская, 2013: 170]. Under no circumstances would this “macho” dirty his hands changing diapers, cutting up vegetables, or washing dishes that would be “women’s work.” Ни при каких обстоятельствах мужчина не станет заниматься работой по дому, так как это считается исключительно «женской работой» [перевод наш – Е.К.; Gutmann, 1996: 1]. Отношение отца-мачо к детям лишено любых проявлений тактильности. Роль отца фактически сводится только к контролю за выполнением всех традиционных правил воспитания [Котовская, 2013: 171].

Потеря самостоятельности, независимости и нахождение в подчинении у женщины расцениваются как позор и вызывают страх у большей части мужского населения [Матросова, 2014: 36].

#### 2. Эмоциональная составляющая

Любовь и чисто человеческие слабости, связанные с этим чувством, отвергаются им, так как отождествляются с зависимостью, свойственной

рабам. Дух презрения к самопожертвованию и эгоизм составляют основу «сильной личности» мужчины-мачо [Котовская, 2013: 171].

Мужчинам-мачо недоступны эмоциональные мысли и переживания. Например, эмоциональная жесткость считается одной из важнейших описательных характеристик «настоящего мужчины», и отклонения по этому показателю низводят их обладателя до положения «не мужика» (многие из нас были свидетелями того, как какого-нибудь мужчину, который не дотягивает до мачо, называли «слюнтяем» или «неженкой») [Burn, 2004: 51].

The authors investigated the relations among machismo, gender role conflict, and mental health and concluded that higher levels of machismo and restrictive emotionality were associated with higher levels of depression and stress. Согласно исследованиям о взаимосвязи мачизма и психического здоровья, чем выше уровень маскулинности и ниже уровень эмоциональности, тем больше вероятность таких психических заболеваний, как депрессия и постоянные стрессы [перевод наш – *Е.К.*; Fragoso, 2000: 87].

### 3. Статус в обществе

Настоящий мачо должен большую часть времени находиться вне дома, а именно, в различных публичных местах, где он может продемонстрировать свое превосходство в типичных мужских соревнованиях: азартных играх, соревнованиях по выпивке, трате денег или просто хвастовстве [Матросова, 2014: 36].

То есть, общие черты «героя-мачо» включают в себя такие обязательные качества, как мужественность, обостренное чувство собственного достоинства, стремление к завоеванию уважения в глазах общества, лидерства и превосходство над женщиной [Котовская, 2013: 167]. It is important to note that a small but growing body of literature is encompassing a positive image of male gender role characteristics, such as chivalry, bravery, and family provider attributes. Однако, на сегодняшний день, появляется все больше литературы с описанием положительных качеств «героя-мачо»



(рыцарство, храбрость и семейные ценности) [перевод наш – *Е.К.*; Nuñez, 2016: 204; Orazo, 2008: 28].

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

В данной главе рассмотрены теоретические аспекты описания речевого стереотипного образа «героя-мачо» в испанской массовой культуре.

1. В нашем исследовании культурный герой рассматривается как человек, образ которого стал предметом культа благодаря своим качествам или деятельности. Постепенно культурный герой переносится в эпос и становится героем литературным, действующим лицом в прозаическом или драматическом произведении, иными словами, персонажем.

2. Существует несколько основных приемов описания персонажа, но одним из ведущих является речевой портрет – языковые и речевые характеристики личности в определенный период, которые отражают мировоззрение персонажа.

3. Термин «речевой портрет» тесно связан с термином «речевой стереотипный образ», под которым понимается регулярно воспроизводимая совокупность речевых характеристик личности, редуцированно и субъективно подменяющих её реальный речевой портрет [Колмогорова, 2014].

4. Для того, чтобы выявить черты речевого стереотипного образа «героя-мачо», следует определить феномен «мачизма». Мачизм – особая маскулинность, характерная для испаноязычных народов, которая характеризуется такими признаками как культ силы, мужественности и сексуальности мужчины, убежденность в превосходстве мужского пола над женским [Матросова, 2014: 34].

5. С точки зрения психологии «мачо» чаще всего понимается как тип мужчин, для которых характерны восприятие женщины в качестве прислуги, восхваление себя, нарциссизм и жестокость.

## ГЛАВА 2. ХАРАКТЕРИСТИКА РЕЧЕВОГО СТЕРЕОТИПНОГО ОБРАЗА «ГЕРОЯ-МАЧО»

В практической части работы проводится подробный анализ отобранного материала. Исследовательская процедура заключалась в последовательном комплексном анализе речевых реплик «героя-мачо» в испанских кинолентах. Материалом для исследования служат испанские киноленты общим количеством 5 единиц: «3 metros sobre el cielo» («Три метра над уровнем неба»), «Ocho apellidos vascos» («Восемь баскских фамилий»), «Combustion» («Зажигание»), «La piel que habito» («Кожа, в которой я живу»), «Tengo ganas de ti» («Три метра над уровнем неба: Я тебя хочу»).

Анализ речевого стереотипного образа «героя-мачо» будет проводиться на основе таких параметров, как (методология предложена в [Колмогорова, 2014]):

1. Речевые формы (диалог, монолог, полилог);
2. Речевые акты: 4 типа РА по типу отношения к главной социальной интенции – сотрудничеству:
  - конкурирующий (иллокутивная цель конкурирует с социальной целью): распоряжение, просьба, приказ, мольба;
  - компанейский (иллокутивная цель совпадает с социальной целью): предложение / предлагание, приглашение, приветствие, выражение благодарности, поздравление;
  - коллаборативный (направленный на сотрудничество (иллокутивная цель безразлична по отношению к социальной цели): утверждение, отчёт, объявление, инструктаж;
  - конфликтный (иллокутивная цель конфликтует с социальной целью): угроза, обвинение, проклятие, выговор;

3. Коммуникативная тональность – эмоционально-стилевой формат общения, возникающий в процессе взаимовлияния коммуникантов и определяющий их меняющиеся установки и выбор всех средств общения; и коммуникативная дистанция - социальная дистанция, проявляющаяся в акте речевого взаимодействия, при этом показателем коммуникативной дистанции является выбор обращения;

4. Речевые средства;

5. Паралингвистический компонент.

Выбор данных параметров обусловлен тем, что с помощью именно этих пунктов возможно в полной мере раскрыть речевой стереотипный образ «героя-мачо».

## 2.1. Речевые формы

Среди речевых актов «героя-мачо» можно выделить диалоги, полилоги и монологи.

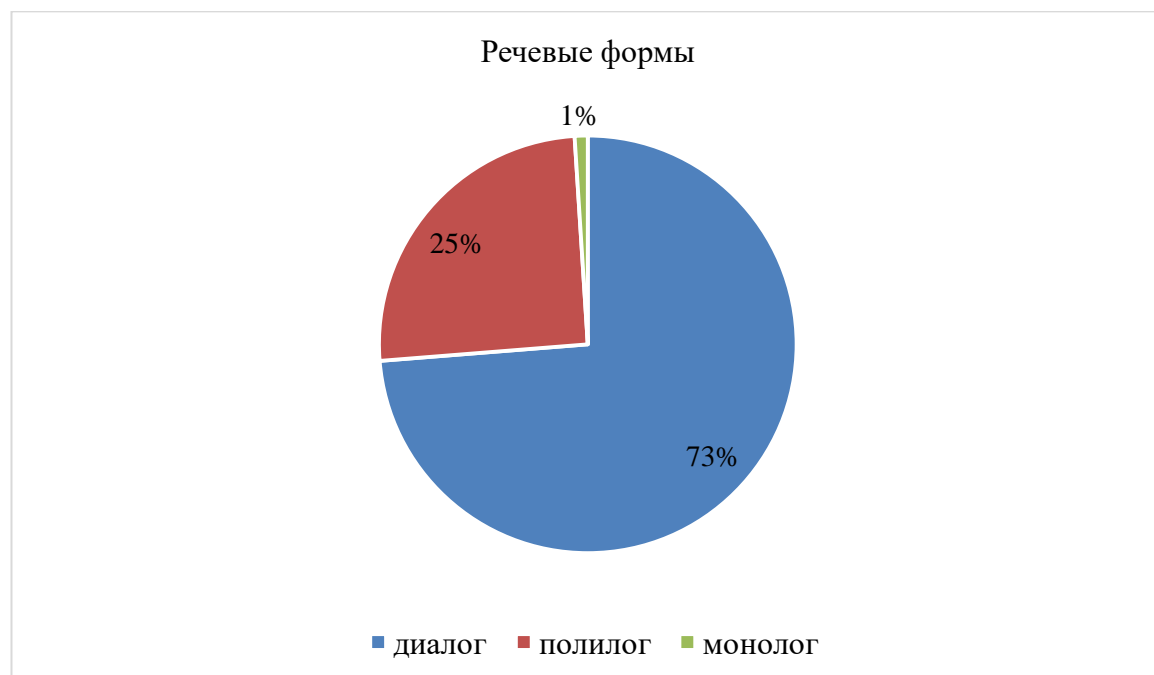


Диаграмма 1. Речевые формы

Диалогическая речевая форма является доминирующей (73% реплик):

1) A1: *¿De dónde eres?*

A2: *¿Quién, yo? Pues de dónde voy a... Pues... Pues vasco, de aquí. Pues de... Hombre, no de aquí concretamente, pero... pero paisano vasco.*

A1: *Ya... ¿Qué eres? ¿Andaluz?*

A2: *Eh, cuidado, que yo a usted no le he faltado a respeto, ¿eh?*

A1: *Tranquilo, que yo soy de Cáceres. ¿Y tú qué? ¿De Córdoba?*

A2: *¿Pero cómo voy a ser de Córdoba? ¡Por favores! Que soy vasco. Aparte de ser andaluz, sería sevillano, no de Córdoba. Soy sevillano, del barrio de la Cruz.*

A1: Ты откуда?

A2: Кто, я? А откуда вы? Я баск, я отсюда. Ну, не совсем отсюда, но я баск.

A1: Ну да... Ты что, андалузиец?

A2: Эй, по-аккуратнее, я тебя не оскорблял.

A1: Да успокойся ты, я из Касереса. А ты откуда, из Кордобы?

A2: Да с какой стати я из Кордобы! Я вас умоляю, я баск! Если бы я был андалузийцем, я бы был из Севильи, а не из Кордобы. .... Я из Севильи, из Санта-Крус [Clase virtual, 2014].

2) B1: *¿Que nota vas a sacar, Hugo?, ¿Sobresaliente?*

B2: *¿En física?, Matrícula seguro.*

B1: *Voy a salir n momento. ¿Necesitas algo?*

B2: *No, voy a descansar después.*

B1: *Pues, abrígate si sales es que afuera está helada.*

B2: *Sí, mamá.*

B1: Какую оценку получишь? Отлично?

B2: По физике? Наверняка отлично.

B1: Я иду в магазин. Тебе что-нибудь нужно?

B2: Нет, я пока позанимаюсь.

B1: Пойдешь на улицу, потеплее оденься, подмораживает.

B2: Хорошо, мам [Filmatika, 2010].

3) C1: *He quedado completamente dormido. ¿Por qué no me has despertado?*

C2: *Porque me das pena. Empezaba a pensar que me casaba con un robot.*

C1: *Perdón, estuve esta tarde con Alfredo y... ya sabes... despedida de soltero.*

C2: *Pudiste haber llamado.*

C1: *Pues, tienes razón.*

C2: *Y hasta muy tarde?*

C1: *Un poco.*

C1: *Что-то я сегодня проспал. Почему не разбудила?*

C2: *Жалко стало. И приятно, что я вхожу замуж не за робота.*

C1: *Извини, засиделся допоздна у Альфредо. Мы с ним мальчишник устроили.*

C2: *Ну, мог бы и позвонить.*

C1: *Да, ты права.*

C2: *Пришел под утро?*

C1: *Ну да [YouTube, 2013].*

4) D1: *No debiste ponerle su cara. Si you hubiera estado aquí, te habría advertido del peligro.*

D2: *Puede que se parezca, pero Vera no es igual.*

D1: *Pero se parece demasiado. ¿Has pensado que vas a hacer con ella?*

D2: *No.*

D1: *Зря ты использовал ее лицо. Будь я рядом, я бы предупредила тебя об опасности.*

D2: *Они похожи, но Вера – не она.*

D1: *Одной схожести достаточно. Ты уже думал, что будешь с ней делать?*

D2: *Нет [Clase virtual, 2011].*

5) E1: *¿Mamá?*

E2: *Mi hijo.*

E1: *¿Estás bien? ¿Qué pasa?*

E2: *Nada. No te preocupes, hijo. Es estrés y cansancio acumulado.*

E1: *¿Por qué te han ingresado?*

E2: *Unas pruebas para ver que todo está bien. Rutina, de verdad.*

E1: *¿Me lo prometes?*

E2: *Claro, mi niño.*

E1: Мама.

E2: Сынок.

E1: Как ты? Что случилось?

E2: Ничего. Не волнуйся. Это стресс и накопленная усталость.

E1: Почему тебя положили?

E2: Подтвердить, что у меня все в порядке.

E1: Клянешься?

E2: Конечно, сынок [Filmatika, 2012].

В проанализированном корпусе диалогов 35% происходят с возлюбленной, 25% – с друзьями, 19% – с членами семьи, 11% – с врагами и неприятелями и по 5% – с коллегами или начальством и членами семьи возлюбленной. Таким образом, можно сделать вывод, что основное окружение «героя-мачо» составляют возлюбленные и приятели.

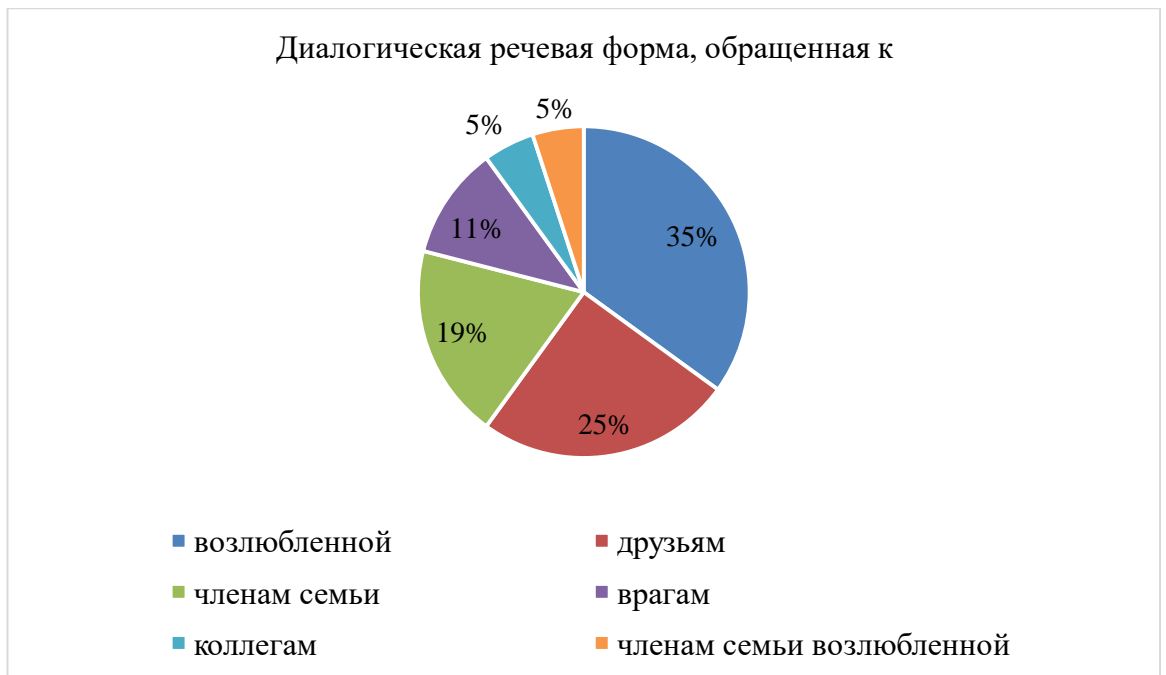


Диаграмма 2. Диалогическая речевая форма

Полилогическая речевая форма составляет 26% от общего числа реплик:

6) A1: *¡Cuidado, Currito, no vaya a haber un artefacto explosivo ahí dentro.*

A2: *¿Tu estás seguro de que este bolso es de una mujer? Aquí no hay ni pintalabios, ni rímel, ni nada.*

A1: *Si las vascas no se maquillan.*

A3: *Juaquín, que tú viste a la muchacha, podía ser perfectamente Miss Euskadi.*

A1: *Miss Euskadi. Eso allí no hay. Venga, dile, díselo. Mira, Currito, no lo te pierdas.*

A3: *Que... que quiero llevárselo.*

A2: *¿A quién? ¿A la policía?*

A3: *No, a ella.*

A1: *Осторожно, а вдруг там бомба.*

A2: *Ты вообще уверен, что это женская сумочка? Тут нет ни помады, ни теней, ничего.*



A1: Басконки косметикой не пользуются.

A3: Хуакин, ты ее видел, возможно, она Мисс Басконии.

A1: Мисс Басконии. У них не бывает конкурсов красоты. Ладно, рассказывай, слушай, Куррито.

A3: Я хочу ей ее отдать.

A2: Что, полиции?

A3: Да нет. Ей самой [Clase virtual, 2014].

7) B1: *¿Dónde está el dinero?*

B2: *¿A dónde coño vas a seguir, Mikel?*

B1: *Es cosa mía.*

B3: *¿Dónde está?*

B2: *¿Tú también, Ari?*

B3: *¿Dónde está el puto dinero?*

B2: *Por mí, podemos hacer así todo el puto día.*

B1: Где деньги?

B2: Какого черта, Микель?

B1: Это мое дело.

B3: Где деньги?

B2: Ты тоже?

B3: Где деньги, я спрашиваю?

B2: Можем весь день так стоять [YouTube, 2013].

8) C1: *Pues, ya estamos. Os doy la bienvenida a mi playa privada. A la que sólo un pequeño grupo de privilegiados, nosotros, tendrá acceso. Y donde podremos disfrutar del exquisito gusto musical de nuestro rey del chiringuito...*

C2: *¿Gin, lo has hecho tú?*

C1: *Sí. Bueno, le faltan un par de retoques. Pero me ha parecido el momento de compartirlo.*

C3: *Y es delito pisar esta playa sin un buen chapuzón.*

C4: *¡No, no, no!*

C1: Вот мы и пришли. Итак, добро пожаловать на мой персональный пляж, куда лишь небольшая привилегированная группа, мы с вами, имеет доступ и где мы сможем насладиться удивительным музыкальным вкусом нашего короля вечеринок.

C2: Ты сама это сделала?

C1: Да. Правда, она еще не закончена, но мне так захотелось показать вам.

C3: Ну и что это будет за пляж, если на нем нельзя искупаться?

C4: Нет, нет, не надо [Filmatika, 2012]!

В отличие от диалогической речевой формы, полилоги происходят в компании друзей, либо неприятелей. Специфика заключается в том, что речь более непринужденная и с широким использованием абсценной лексики.

Монологическая речевая форма, представленная в виде голоса за кадром как размышления о смысле жизни, прошлом и будущем или внутрикадровой речью как обращение к себе или к публике с научным докладом, составляет 1%:

9) *Un día pasa, pasa que estás de pie en algún lado. Y te das cuenta de que no quieres ser ninguno de los que están a tu alrededor. No quieres ser el puto pringao al que le has reventado la cara. Ni tampoco tu padre, ni tu hermano, ni nadie de tu puta familia. Ni siquiera quieres ser tú. Solo quieres salir corriendo. Salir a toda hostia del sitio en el que estás.*

Рано или поздно... Это случается с каждым. И ты вдруг понимаешь, что не хочешь быть таким же, как те, кто тебя окружает. Не хочешь быть как тот кретин, которого ты избил. Или как твой отец. Или как твой брат. Или как любой другой член твоей семьи. Или даже как ты сам. Хочется просто убежать прочь. Уехать подальше от этого места, где бы ты ни был [Filmatika, 2010].

10) *Querida Gin... Tonic. Es el momento de escribirte lo que nunca fui capaz de decirte. Aunque sea tarde. De escribir lo que ha sucedido en una carta que no te voy a mandar. Que no vas a recibir nunca. Que, como tú me enseñaste,*

*en cuanto acabe de escribirla, la quemaré. Mis sentimientos se pondrán a arder. Y así el dolor... ¿Cómo era? ¿Cómo decías tú? Ah, ya. Así el dolor no se te queda tan dentro. Esta vez sólo quiero ser claro. Sería un imbecil si no gritara que me he equivocado, contigo. Que la he cagado pero bien. Desde el principio. Que he intentado avanzar sin apartar antes las cosas que me lo impedían. Agarrado al pasado. Mirando para atrás. Queriendo olvidar pero sin parar de recordar. Qué locura, Gin. Empeñado en quedarme ahí. En medio de un lado y del otro. Sin perdonar. Sin perdonarme. Sin avanzar. ¿Dónde está el secreto del futuro, Gin? Puede que esté en fijarse bien. Y en avanzar. Mirar más cerca... Más. Tan cerca que lo borroso se vuelve nítido. Se vuelve claro. ¡Claro! Hay cosas que pasaron antes. Mucho antes. No quiero esperar milagros. Sólo que las cosas pasen. O no... Sí... No... Sí... No... Sí... No... Yo ahora lo tendría claro. Pero ahora ya no depende de mí. Sino de ti. Te quiero.*

Дорогая Джин ...Тоник! Самое время написать тебе то, что так и не смог сказать. Хотя уже поздно, писать о том, что случилось в письме, которое я никогда не отправлю и которое ты не получишь, которое, как ты учила, нужно сжечь после того, как закончишь. Мои чувства смогут сгореть...и та боль...Как? Не помню. Как ты говорила? Ах, да... И та боль, которая внутри тебя. Я не хочу недомолвок. Я был бы идиотом, если бы не признал свои ошибки. Я ошибся. Я облажался, я куда-то спешил. Я торопил события, не разобравшись с тем, что мне мешало, цепляясь за прошлое. Оглядываясь назад, желая забыть, но не переставая вспоминать. Какой я дурак, что хотел жить прошлым. Я застрял посередине. Не простив... не простив себя... не двигаясь дальше. В чём секрет будущего, Джин? Может в том, чтобы всё исправить и жить дальше. Присмотреться... присмотреться... да так, чтобы мутный образ стал чистым, ясным. Конечно, всякое случилось в прошлом... в далеком прошлом. Я не хочу ждать чудес! Лишь бы жизнь продолжалась. Или нет... Да... Нет... Да... Нет... Да... Нет... Я просто хочу ясности, но это зависит не от меня, а от тебя. Я люблю тебя [Filmatika, 2012].

11) *Estás perdiendo facultades, macho.*

Да, начинаешь терять сноровку [Filmatika, 2010].

Монологическая речевая форма характеризуется простыми грамматическими структурами и подбором лексики, в отличие остальных форм, но, как правило, более длинными высказываниями.

Таким образом, «герой-мачо» охарактеризован как персонаж, стремящийся к комфортному диалогу и сотрудничеству с другими коммуникантами, менее он заинтересован в разговоре в компаниях и совсем не склонен к внутреннему монологу.

## 2.2. Речевые акты

При анализе речевых актов будут рассматриваться конкурирующие, конфликтные, компанейские и коллаборативные акты.

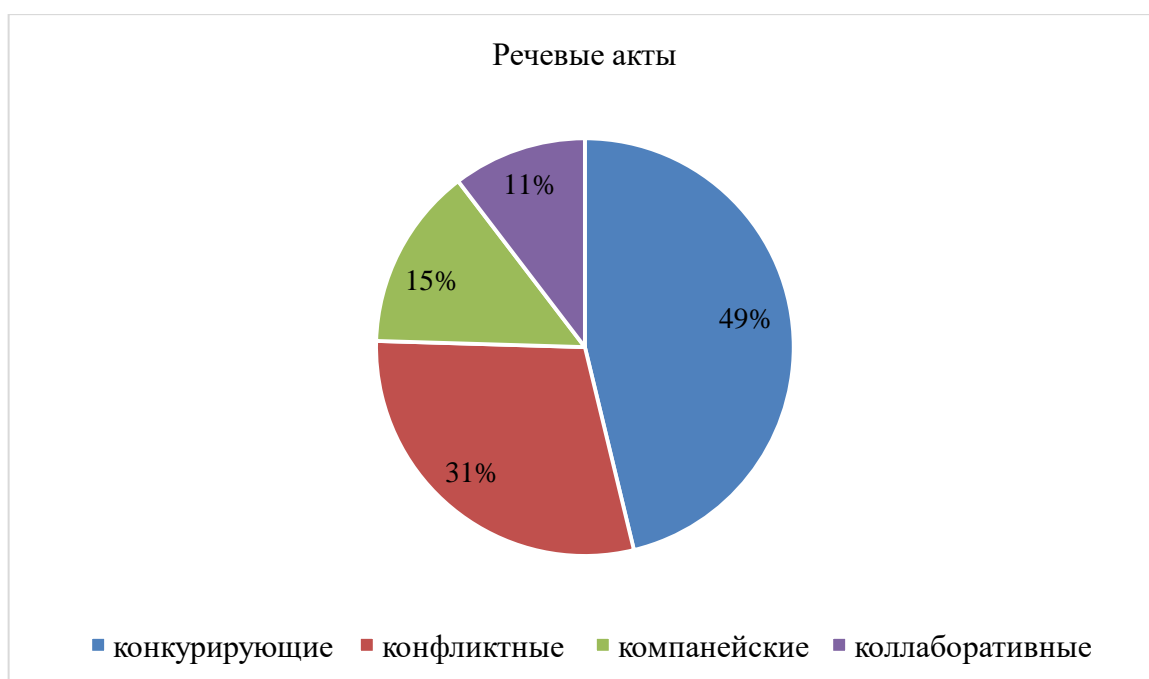


Диаграмма 3. Речевые акты

49% реплик представляют собой конкурирующие речевые акты (распоряжения, приказы, просьбы, мольбы).

12) ¡No se lo pases!, ¡No se lo pases!

Не отдавай ему [Filmatika, 2010]!

13) *Y no me llames Hugo.*

И перестань называть меня Хьюго [Filmatika, 2010].

14) *¡Abre la caja fuerte!*

Открывай сейф [YouTube, 2013]!

15) *No digas nada.*

Ничего не говори [Clase virtual, 2014].

16) *Julia, soy yo. Perdona que te llame sin bien previsto, pero necesito pasar por casa y recoger unas cosas. Julia, por favor, es importante. Por favor. Yo no voy a estar más de media hora.*

Джули, это я. Извини, что я тебя беспокою, но мне нужно заскочить забрать кое-какие вещи. Джули, я прошу, это важно. Пожалуйста, на полчаса, не больше [YouTube, 2013].

В проанализированном корпусе конкурирующих речевых актов 45% используются «героем-мачо» относительно врагов и неприятелей, 34% в диалогах с возлюбленными, 12% – с друзьями, 9% – с членами семьи. Специфика конкурирующих речевых актов заключается в широком использовании императива и восклицательных предложений, реже встречаются языковые единицы с коннотативным значением просьбы.

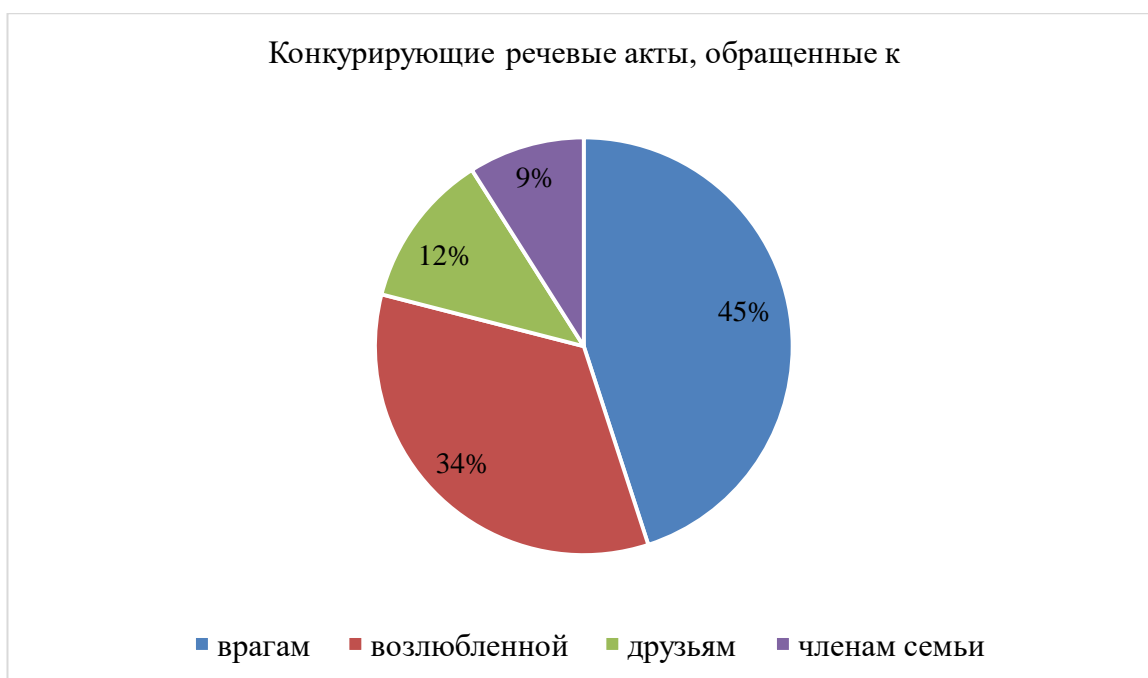


Диаграмма 4. Конкурирующие речевые акты

Конфликтные речевые акты (угрозы, обвинения, проклятия, выговоры) составляют 31%.

17) *Si te atreves a tomar algo de alcohol, lo dire a mamá.*

Выпьешь коктейль, расскажу твоей маме [Filmatika, 2010].

18) *Avisamos a la policía y le explicas de donde sacaste el dinero que me diste.*

Хочешь, расскажем полиции откуда у тебя взялись эти деньги [YouTube, 2013]?

19) *¡La próxima a la cabeza y luego a Nano!*

Вторая пуля в башку, а потом – Нано [YouTube, 2013]!

20) *A partir de ahora... Usted va a tratar muy bien a una alumna. Si me entero de que Babi... sufre lo más mínimo de su culpa... va a tener problemas.*

С этого момента... вы станете хорошо относиться к одной из ваших учениц. Если у Баби будут проблемы, то проблемы будут у вас [Filmatika, 2010].

21) *¡Si sigues con el tema, me voy!*

Если ты не успокоишься, я уйду [Clase virtual, 2011]!

64% конфликтных речевых актов используются применительно к врагам, 27% – к возлюбленным и 9% – к друзьям. Говоря о грамматических и синтаксических структурах, используются только условные предложения и повелительное наклонение.



Диаграмма 5. Конфликтные речевые акты

15% – это компанейские речевые акты (предложения, приглашения, благодарность, поздравления, приветствия).

22) *¿Quieres quedarte a cenar?*

Пужинаешь со мной [Filmatika, 2010]?

23) *¿Queréis comer con nosotros?*

Пойдете с нами обедать [Filmatika, 2010]?

24) *¿Quere que bajemos a tomar algo?*

Может выпьем где-нибудь [Filmatika, 2010]?

25) *Katina, muchas gracias.*

Катина, спасибо большое [Filmatika, 2010].

26) *He quedado a cenar esta noche con los del grupo. Vente, vente...*

Меня пригласили поужинать в компанию. Пойдем? Пойдем [Filmatika, 2012]!

Большинство компанийских речевых актов (87%) используются в диалогах и полилогах с друзьями, в то время как 13% – с возлюбленными. В основном используются вопросительные предложения.



Диаграмма 6. Компанийские речевые акты

Оставшиеся 5 % – это коллаборативные речевые акты (утверждения, отчеты, объявления, инструктаж).

27) *A la carrera en seguida y vuelta cada uno por su carril.*

Правило – туда и обратно по своим полосам [YouTube, 2013].

28) *Es bueno para la circulación. Así te llega más sangre al cerebro.*

Это же полезно для здоровья. У тебя улучшится кровообращение [Filmatika, 2010].

29) *He bautizado con el nombre de «Gal» la piel artificial en la que he estado trabajando los últimos años. Esta piel es resistente a la picadura de cualquier insecto... lo que supone una barrera natural, no se, a la malaria, por ejemplo.*



Я назвал именем «Галь» искусственную кожу, над которой работал в последнее время. Эта кожа устойчива против укусов любых насекомых, что означает естественный барьер, например, для малярии [Clase virtual, 2011].

30) *Tienes que meter primera. Rimera y embrague. Y tienes que salir despacio. Que no se te cale. Recto.*

Так, поставь на первую. Первая и сцепление. Потом медленно отпускаешь, чтобы не упасть. Прямо [Filmatika, 2012].

Из общего числа коллаборативных речевых актов 63% применяются к возлюбленным, 21% – к неприятелям и оставшиеся 16% – к друзьям. Предложения в коллаборативных речевых актах отличаются широким использованием парцелляции.



Диаграмма 7. Коллаборативные речевые акты

Таким образом, преобладают конкурирующие и конфликтные речевые акты, а именно распоряжения и угрозы, характеризующие героя как личность, склонную к доминированию.

### 2.3. Коммуникативные тональность и дистанция

Что касается коммуникативных тональностей, то в эмпирическом материале встречаются следующие типы тональностей:



Диаграмма 8. Коммуникативная тональность

- агрессивная (28%) – общение с целью подавления партнера:

31) *¿Y tú quieres que te pepue un combo, imbesil? ¡Lárgate!*

Хочешь, чтобы я тебя отделал, слизняк? Проваливай [Filmatika, 2010]!

32) *¡Todo el mundo, fuera de la casa! ¡Fuera de la casa, ya! ¿Que mierda te pasa, Pollo?*

Убирайтесь! Пошли все отсюда! Поло, ты с ума сошел [Filmatika, 2010]?

33) *¡Te dijo dos veces que la dejaras en paz! ¡Fuera!*

Она дважды просила тебя отстать от нее! Убирайся [Filmatika, 2010]!

34) *¡Venga ya! ¡Para afuera! ¡Y no vuelvas más, hombre!*

Пошла отсюда! И больше не возвращайся [Clase virtual, 2014]!

В основном агрессивная тональность употребляется с врагами (58%), затем с возлюбленными (28%) и членами семьи (14%). Говоря о синтаксических и грамматических конструкциях, стоит отметить, что чаще всего используются восклицательные предложения и повелительное наклонение, а также парцелляция.

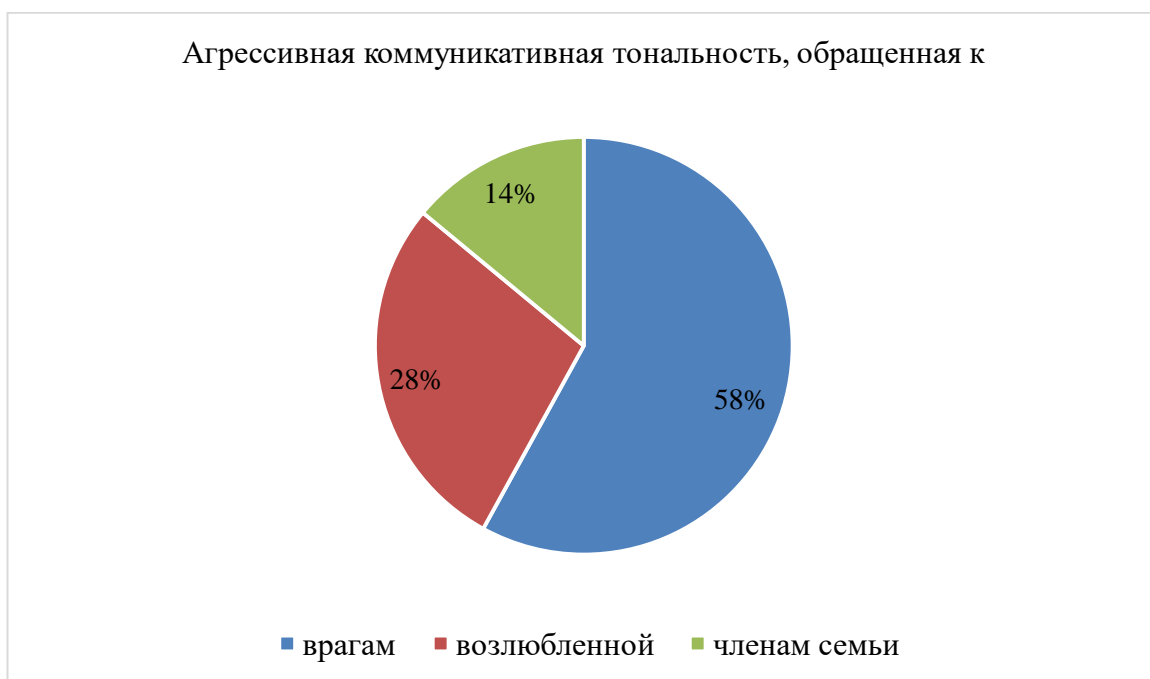


Диаграмма 9. Агрессивная коммуникативная тональность

- манипулятивная (25%) – общение, направленное на заблуждение партнера:

35) A1: *Me quedé con Alfredo hasta tarde y al final me quedé en su casa.*

A2: *Que raro. Hablemos con Alfredo por la noche y él estaba con su novia.*

A1: *Lo puedo explicar. He estado volando hasta muy tarde y luego al final me quedé por allí dándole vueltas a la cabeza. Necesitaba estar solo.*

A1: Засиделся до поздна с Альфредо, у него и заночевал.

A2: Как странно. Я вчера звонил Альфредо, и он был со своей девушкой.

A1: Я могу объяснить. Я просто летал допоздна, потом остался на аэродроме. Хотел подумать. Мне нужно было побыть одному [YouTube, 2013].

36) B1: *Lo siento, la policía estaba detrás de mí.*

B2: *Mentira. Te vi salir con esa ratita presumida.*

B1: Извини, за мной гналась полиция.

B2: Врешь. Ты валил с той серой мышкой [Filmatika, 2010].

37) C1: *¿Y tú estás en algún comando?*

C2: *Hombre, pues... puede ser. Vamos, que sí.*

C1: Ты из террористической ячейки?

C2: Ну да. То есть может быть, а может и нет [Clase virtual, 2014].

50% манипулятивных коммуникативных тональностей применяется в диалогах и полилогах с родителями возлюбленной, 38% – с возлюбленной и 12% – с друзьями.

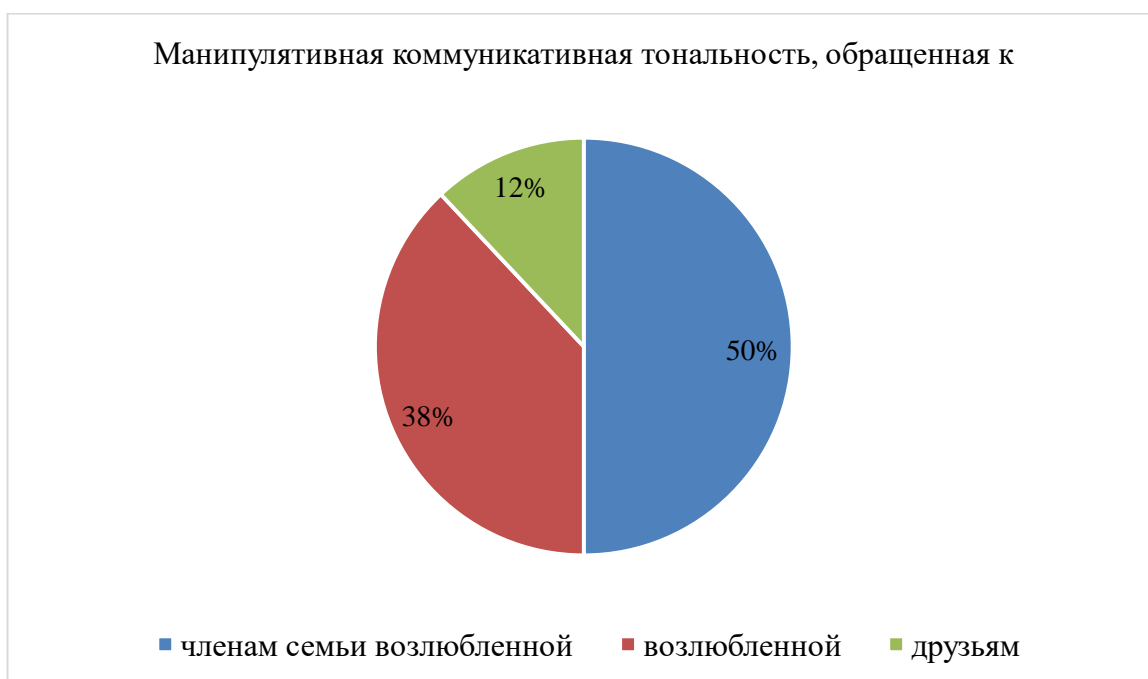


Диаграмма 10. Манипулятивная коммуникативная тональность

• шутливая (24%) – несерьезное сниженное эмоциональное общение:

38) *Le has gustado. No ofrece frutas secas a cualquiera.*

Вы ей понравились. Она не всем предлагает орешки [Filmatika, 2010].

39) *Claudio, de verdad entiendo perfectamente que su mujer está preocupada. Su hija está con un chico que va por la vida en moto.*

Клаудио, понимаю, что ваша жена беспокоится. Ее дочь встречается с парнем, который ездит на мотоцикле [Filmatika, 2010].

40) *¿Pero qué temenos aquí? Una «chupagasofa» preciosa. Pensé que erais una leyenda de camioneros. Pero veo que existes, como las sirenas.*

Кто это у нас тут? Прекрасная «бензинокрадка». Я думал, тебя выдумали дальнбойщики, а ты существуешь, прям как русалки [Filmatika, 2012].

41) *A1: Hombre, un poco bestias, pero muy simpáticos tus amigos los míticos.*

*A2: ¡Eh, eh! Los épicos. Aquí el único mítico soy yo. Acuérdate.*

A1: Знаешь, они сумасшедшие, но очень симпатичные эти твои «легендарные» друзья [Filmatika, 2012].

A2: Эй! Эпические. Легенда здесь - только я. Запомни.

45% примеров шуточной коммуникативной тональности встречаются применительно к возлюбленным, 28% – к друзьям, 18% – к членам семьи и 9% – к родителям возлюбленных.

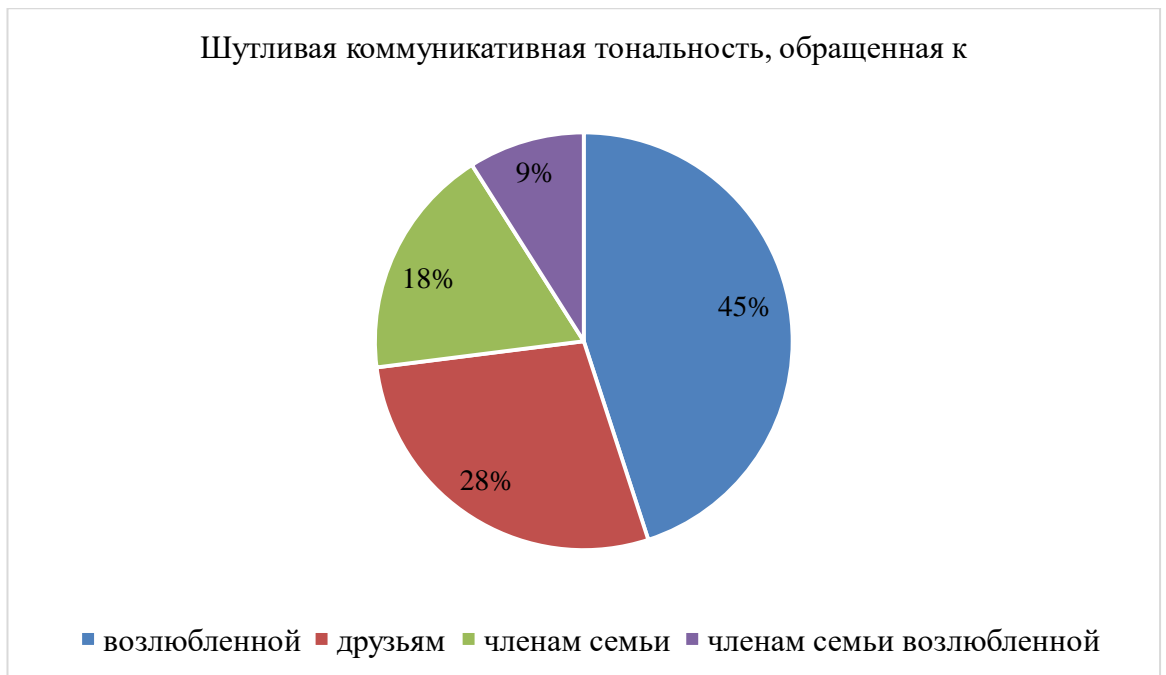


Диаграмма 11. Шутливая коммуникативная тональность

- фатическая (14%) – обеспечение комфортного диалога:

42) A1: *Soy sevillano, del barrio de la Cruz.*

A2: *¡Oh! Yo estuve en la Expo con mi marido. Qué bonito el pobellón de Polonia. ¿De verdad?*

A1: *Sí que era, sí.*

A1: Я из Севильи, из Санта-Круса.

A2: Ой, надо же! А мы на выставке были с мужем, на Экспо. А здорово поляки павильон свой обустроили, да?

A1: Да, здорово [Clase virtual, 2014].

43) B1: *¿Cual es tu sueño?*

B2: *Yo mataría por vivir en Punta del Este. Con las playas vírgenes.*

B1: *Bueno, vamos.*

B1: О чем мечтаешь?

B2: Все бы отдала, чтобы жить в Пунта-дель-Эсте. Там чисты пляжи.

B1: Так поехали [YouTube, 2013].

44) C1: *Estás preciosa. Seguro que los tienes a todos hacienda cola.*

C2: *Yo desde entonces no he vuelto a estar con nadie.*

C1: *Ni yo...*

C2: *¡Mentiroso!*

C1: *¡No! ¡No más mentiras! ¡No más mentiras!*

C1: Ты такая красивая. За тобой небось уже очередь выстроилась, да?

C2: С тех пор я еще ни с кем не встречалась.

C1: Я тоже.

C2: Ах ты врунишка!

C1: Нет! Я не вру! Честное слово [Filmatika, 2012]!

Из общего числа примеров фатической тональности 55% используются в диалогах и полилогах с возлюбленными, 35% – с друзьями и 10% – с членами семьи.

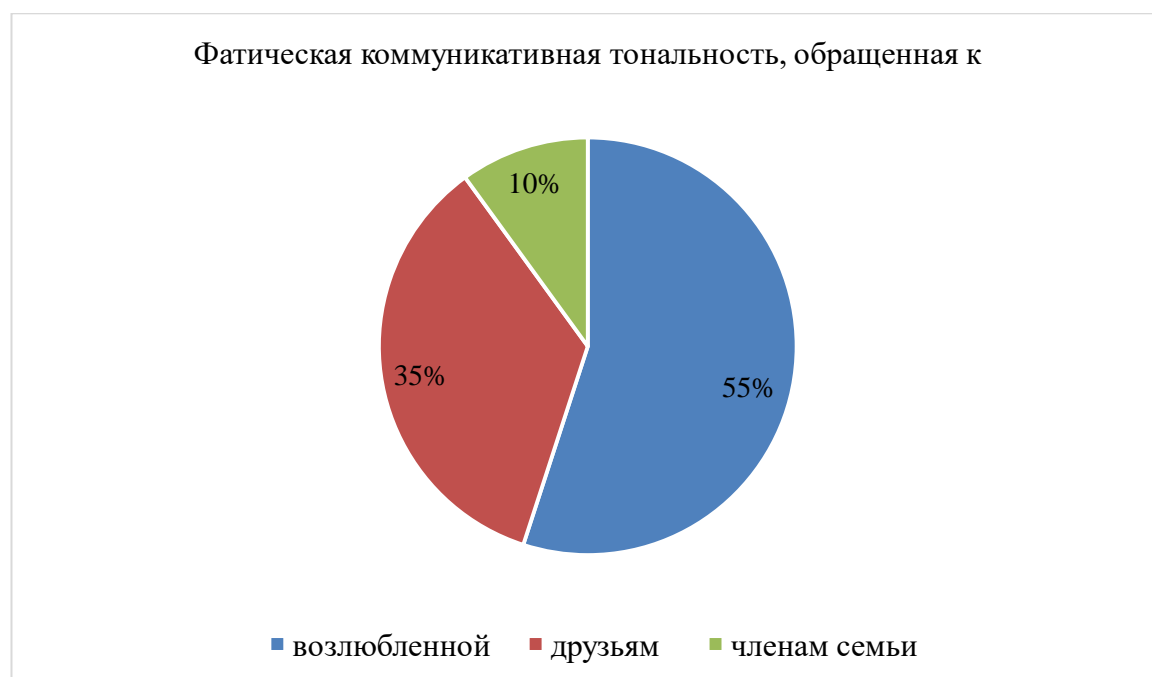


Диаграмма 12. Фатическая коммуникативная тональность

• информативная (9%) – общение с целью информирования:

45) *Vera, te traigo un poco de opio.*

Вера, я принес тебе опиум [Clase virtual, 2011].

46) *No me gusta que me vacilen.*

Не люблю, когда меня пугают [Filmatika, 2012].

47) *Tu hermano me ha dicho que te gusta este sitio.*

Твой брат сказал, ты любишь это место [Filmatika, 2012].

48) *Me tengo que ir. Ahora vuelvo.*

Мне нужно уйти. Я вернусь [Filmatika, 2012].

50% информативной тональности употребляется с возлюбленными, 20% – с друзьями, по 12% – с коллегами, начальником или членами семьи возлюбленной и оставшиеся 6% – с членами собственной семьи.

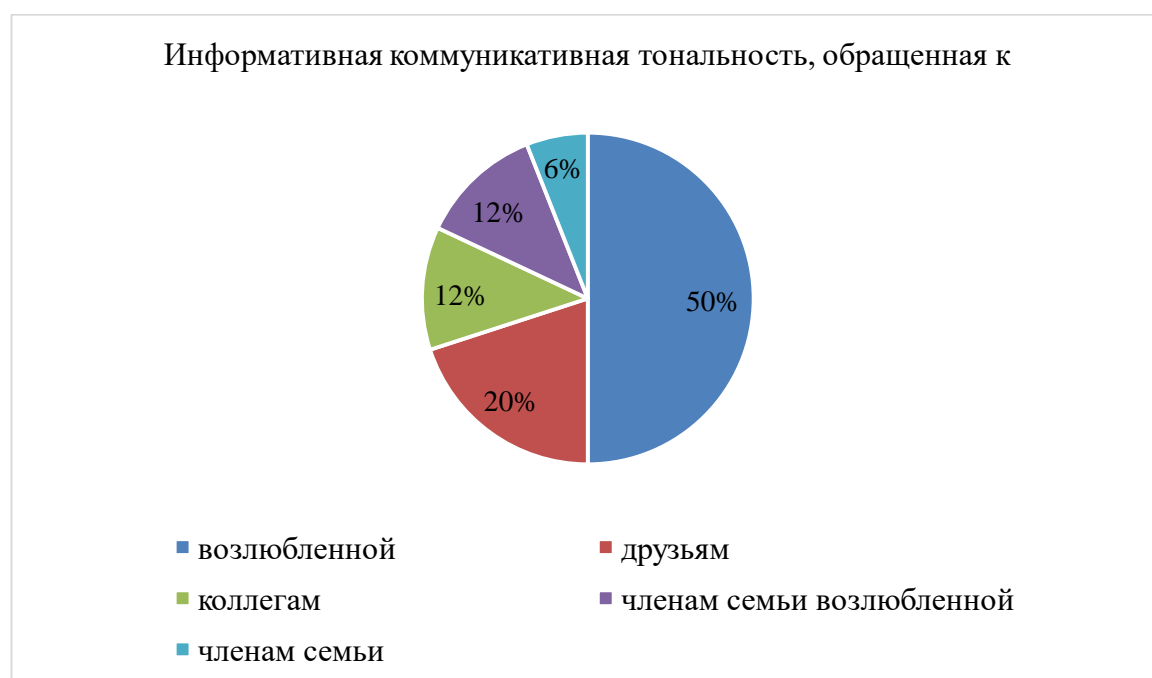


Диаграмма 13. Информативная коммуникативная тональность

Кроме того, если проанализировать реплики «героя-мачо» в испанских кинолентах, то можно заметить, что в 65% реплик «героя-мачо» наблюдается личная, даже интимная, коммуникативная дистанция, выражаемая обращениями по имени или маркируемая местоимениями «ты» и «мы»:

49) *Babi, la cena se está enfriando.*

Баби, ужин остывает [Filmatika, 2010].

50) *Chino, no quiero problemas.*

Чино, мне не нужны проблемы [Filmatika, 2010].

51) *Preferería no hablar de ella, Marilia.*



Я бы не хотел о ней говорить, Марилия [Clase virtual, 2011].

52) *¿Cómo estamos, Ventura?*

Как поживаешь, Вентура [Filmatika, 2012]?

53) *Katina, esta es Gin, la chica que quería que conocieras.*

Катина, это Джин. Я хотел вас познакомить [Filmatika, 2012].

В 32% реплик категория коммуникативной дистанции выражена слабо – отсутствует адресность:

54) *¿Ser un adulto que es? ¿Tener 30 años y vivir como un Viejo que no sabe disfrutar de la vida?, ¡Dime!*

А что это значит? В 30 почувствовать себя стариком и не вкусить всех радостей жизни? Говори [Filmatika, 2010]!

55) *Hey, tranquila. Acabo de llegar con mi amigo, que va a comer con esa chica.*

Успокойся, ладно? Я приехал с другом, он договорился пообедать вон с той девчонкой [Filmatika, 2010].

56) *Ya quiero verte.*

Хочу тебя увидеть [Filmatika, 2010].

57) *¿Porque eres tan creída? No tengo el más mínimo interés.*

Послушай, ну какой мне с этого интерес [Filmatika, 2010]?

58) *Me das el anillo y lo olvidamos.*

Отдаешь мне кольцо и забываем об этом [Filmatika, 2010].

Также наблюдается официальная дистанция (3%):

59) *No le quedó más remedio, señora, de verdad.*

У нее не было другого выхода, сеньора [Filmatika, 2010].

60) *Voy a ser breve, profesora.*

Я буду краток, учитель [Filmatika, 2010].

Таким образом, преобладает тенденция обращения по имени, то есть личная коммуникативная дистанция, проявляющаяся в общении с друзьями.



Диаграмма 14. Коммуникативная дистанция

Таким образом, в репликах «героя-мачо» преобладает агрессивная коммуникативная тональность, указывающая на воинственность персонажа, а личная коммуникативная дистанция, выраженная обращением по имени к близкому кругу, демонстрирует проявление уважения к собеседнику и желание полностью захватить его внимание.

#### 2.4. Речевые средства

Для создания речевого стереотипного образа «героя-мачо» использовались следующие речевые средства:



Диаграмма 15. Речевые средства

- широкое употребление повелительного наклонения (29% реплик):

61) *¡Venga ya! ¡Para afuera! ¡Y no vuelvas más, hombre!*

Пошла отсюда! И больше не возвращайся [Clase virtual, 2014]!

62) *¡Sube!, ¡Sube! ¡Tapa la patente! ¡Tápala, tápala!*

Вставай! Закрой номер [Filmatika, 2010]!

63) *Recuérdame que la próxima vez que nos bañemos juntos, te frote bien la boca con jabón.*

Да, напхни, когда в следующий раз будем вместе плавать, промыть тебе рот с мылом [Filmatika, 2010].

64) *¡Dile que abre dile que me abra! ¡Abre!*

Скажи, чтобы она меня впустила! Открой дверь [Filmatika, 2010]!

65) *No digas tonterías.*

Не говори ерунду [Clase virtual, 2011].

66) *Despide a los criados y no contrates a nadie.*

Уволь всех слуг и никого н нанимай [Clase virtual, 2011].

Часто использование императива в очередной раз подчеркивает склонность «героя-мачо» к доминированию.

• гипертрофированная экспрессивность, выраженная с помощью восклицательных высказываний (25% реплик):

67) *¡No me lo puedo creer!, ¡esto es demasiado Bueno para ser verdad!*

Не могу в это поверить! Это слишком хорошо, чтобы быть правдой [Filmatika, 2010]!

68) *¡Joder, Fue tu culpa! ¡Le acabo de pegar por tu culpa!*

Это из-за тебя я его ударил! Ты во всем виноват [Filmatika, 2010]!

69) *¡Levanta las piernas o te va a morder! ¡Levántalas!*

Подними ноги, чтобы она тебя не укусила! Поднимай [Filmatika, 2010]!

70) *¡Babi, yo no tengo la culpa de todo esto!*

Я тут ни при чем! Я не виноват [Filmatika, 2010]!

71) *¡El daño ya está hecho!*

Урон уже нанесен [Filmatika, 2010]!

72) *¡Te he dicho que no, Fulgencio!*

Я же сказал нет, Фульхенсио [Clase virtual, 2011]!

Анализ примеров указывает на эмоциональность героя и нетерпимость к чужим словам и поступкам.

• в речи «героя-мачо» часто встречается стилистически сниженная и обценная лексика (20% реплик):

73) *Tu eres mierda.*

Ну ты тварь [YouTube, 2013].

74) *¡Eres un hijo de puta!*

Ах ты подонок [Filmatika, 2010]!

75) *Coño, Rafa, que te has dejado la Puerta abierta, que yo no quiero que se quede con mi cara.*

Черт побери, Рафа, ты оставил дверь открытой. Я не хочу, чтобы она запомнила мое лицо [Clase virtual, 2014].

76) *¡Hijo de puta, me lo había creído!*

Скотина, а я тебе поверил [Clase virtual, 2014]!

77) *¡No me jodas, Rafa, no me jodas!*

Рафа, твою мать [Clase virtual, 2014]!

78) *¡Serás cabrona!*

Ну ты и сволочь [Filmatika, 2012]!

Нецензурная лексика является символом маскулинности, так как изначально использовалась только в мужских компаниях. Следует отметить, что 46% от общего количества примеров высказываний с использованием обсценной лексики употребляются в коммуникации с врагами, 18% – возлюбленными, 14% – друзьями, 13% – членами семьи и 9% – коллегами.

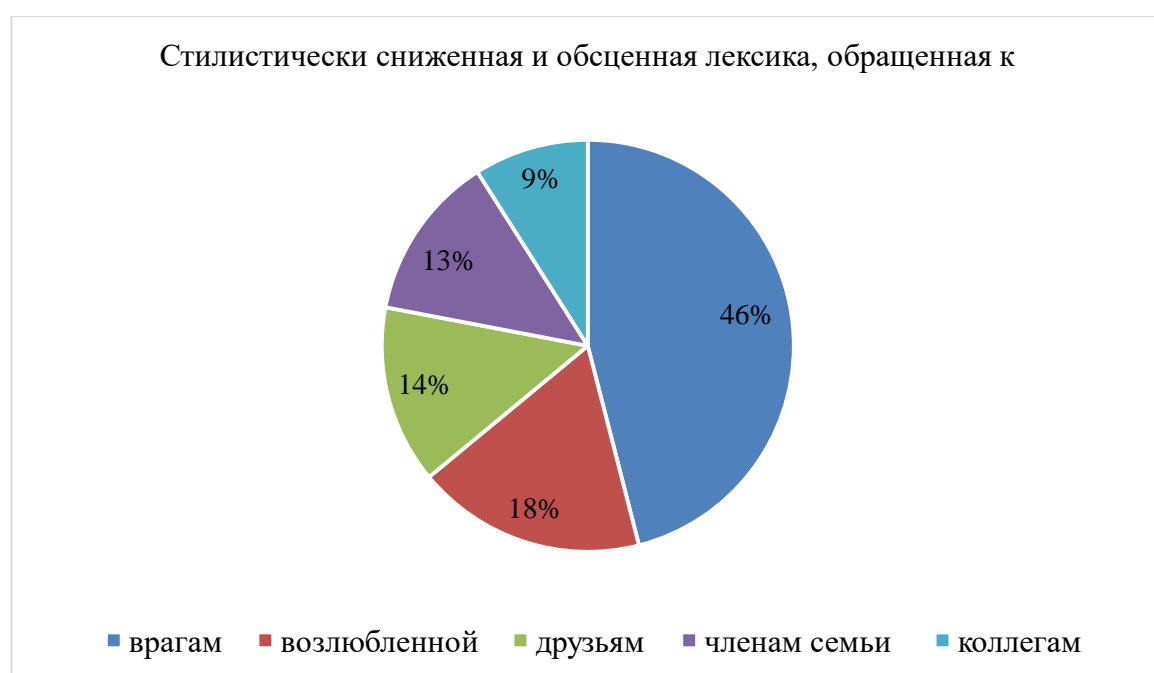


Диаграмма 16. Стилистически сниженная и обсценная лексика

• неполные и односоставные предложения (15% реплик):

79) A1: *¡Escucha! ¡Escucha, por favor!*

A2: *¿No te importa nada arastrarme contigo, de verdad?*

A1: *¡Me importas! ¡Me importas! Babi, te juro...*

A1: Послушай! Пожалуйста, выслушай!

A2: Тебе плевать на меня, ведь так?

A1: Мне не плевать! Мне не плевать! Баби, клянусь [Filmatika, 2010] ...

80) *Alex, me voy por un tiempo. A Londres. A trabajar.*

Алекс, я уеду на какое-то время. В Лондон. Работать [Filmatika, 2010].

81) *Eres igualita, igualita que tu madre. Refunfuñadora.*

Ты такая же как твоя мать. Брюзга [Filmatika, 2010].

82) *Explicación. Que me lo expliques.*

Объяснения. Я жду объяснений [Filmatika, 2012].

83) *Penúltima. Siempre penúltima.*

Предпоследняя. Всегда предпоследняя [Filmatika, 2012].

Односоставные и неполные предложения придают речи персонажа динамичность и лаконичность, более того усиливают эмоциональность героя.

• риторические вопросы (11%):

84) *Oh, ¿que demonios te ha dejado entrar, Pollo?*

Эй, кто тебя впустил [Filmatika, 2010]?

85) *El día que me llamen a declarar esta chica buena va a decir que hice nada. ¿Sabes por qué? Porque ese día estarás tan loca por mí, que harás lo que sea para salvarme.*

Эта прекрасная девушка подтвердит, что я не виноват. И знаешь почему? Потому что ты в меня влюбишься и захочешь меня спасти [Filmatika, 2010].

86) *¿Te importa respirar más suave?*

Ты не могла бы дышать не так тяжело [Clase virtual, 2011]?

87) *¿Por qué no aprovechar los avances de la ciencia para mejorar nuestra especie?*

Так почему бы не использовать научные достижения, чтобы улучшить наш вид [Clase virtual, 2011]?

Риторические вопросы, как и односоставные и неполные предложения, выражают экспрессивность героя в большей степени.

Таким образом, частое использование таких речевых средств, как повелительное наклонение, восклицательные высказывания и обценная лексика характеризуют «героя-мачо» как лидера, стремящегося полностью завоевать внимание и уважение собеседника.

## 2.5. Паралингвистический компонент

В испанских кинолентах важную роль для создания образа также играют паралингвистические элементы, например:

- Межличностное пространство
- Визуальный контакт
- Походка
- Поза
- Одежда
- Эмоции
- Жесты

Говоря о межличностном пространстве, выделяют 4 зоны:

1. Интимная зона (от 15 до 46 см) – расстояние для людей в тесном эмоциональном контакте.

2. Личная зона (от 46 см до 1,2 м) – расстояние для официальных приемов и дружеских вечеринок.

3. Социальная зона (от 1,2 до 3,6 м) – расстояние для малознакомых людей.

4. Общественная зона (более 3,6 м) – расстояние для общения с большой группы людей.

В испанских кинолентах наиболее часто встречаются личная зона межличностного пространства (45%), интимная зона (41%) и социальная (14%).

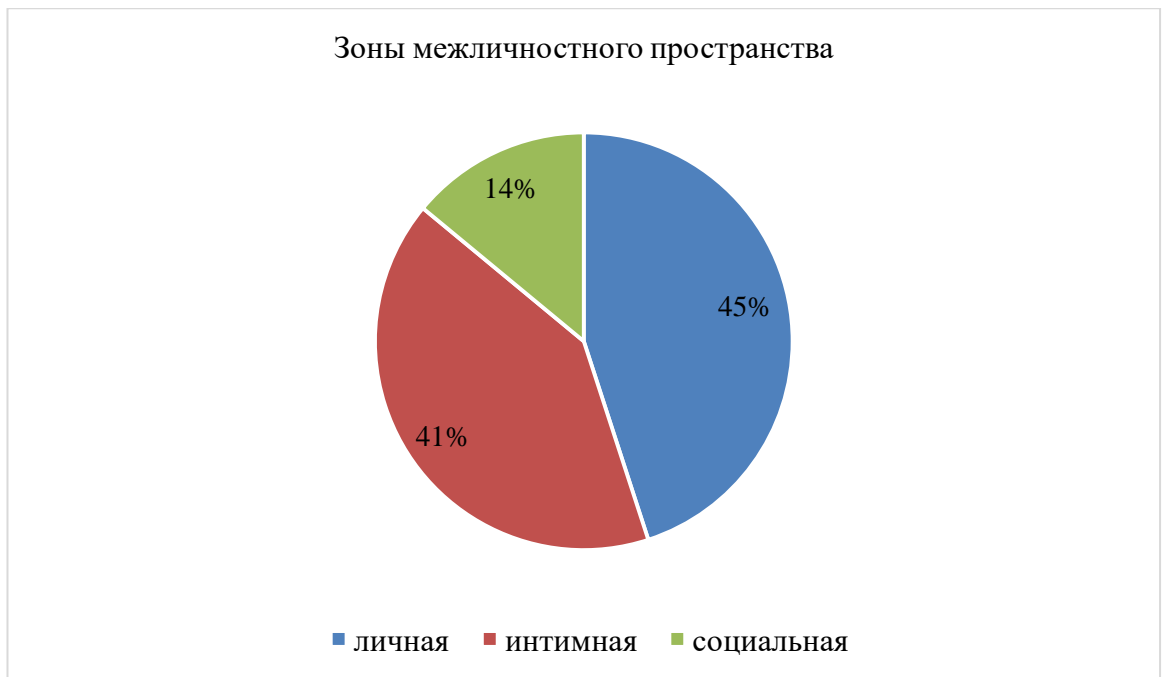


Диаграмма 17. Межличностное пространство



Рисунок 1. Личная зона

(кадр из киноленты «Кожа, в которой я живу»)



Рисунок 2. Интимная зона

(кадр из киноленты «Три метра над уровнем неба»)





Рисунок 3. Социальная зона  
(кадр из киноленты «Зажигание»)

При коммуникации зрительный контакт не менее важен. Взгляд при разговоре «героя-мачо» можно охарактеризовать как твердый, неподвижный, прямой взгляд, с полностью обращенным к партнеру лицом, что означает неподдельный интерес к собеседнику или к делу, устремленность к цели и уверенность в себе.



Рисунок 4. Зрительный контакт  
(кадр из киноленты «Три метра над уровнем неба: Я тебя хочу»)

«Герою-мачо» свойственна походка с легкой, пружинистой и всегда прямой осанкой, слегка приподнятой головой и расправленными плечами. Такой стиль походки создает образ уверенного и целеустремленного человека.

Поза показывает, как данный человек воспринимает свой статус по отношению к другим лицам. Поза «героя-мачо» является открытой: руки и ноги не перекрещены и корпус тела направлен в сторону собеседника. Это – поза уверенности, доверия, согласия, психологического комфорта.



Рисунок 5. Поза  
(кадр из киноленты «Зажигание»)

Роль цвет в создании имиджа неоспорима, так как использование того или иного цвета несет информацию о некоторых чертах характера человека. Наиболее часто встречающимся цветом в одежде «героя-мачо» является белый (33%). Так же предпочтение отдается темным оттенкам: черному (21%), серому (20%), коричневому (13%), синему (13%) цветам. Принято считать, что белый свидетельствует о романтической натуре, которая не терпит лжи и стремится начать «новую жизнь»; черный – символ уверенности в себе и наличия множества тайн; серый – скрытность, раздражительность, желание держать все под контролем; коричневый – стабильность и практичность; синий – цвет авторитета, верности и одиночества.



Рисунок 6. Цвет одежды (белый)  
(кадр из киноленты «Восемь баскских фамилий»)



Рисунок 7. Цвет одежды (черный)  
(кадр из киноленты «Три метра над уровнем неба»)



Рисунок 8. Цвет одежды (серый)  
(кадр из киноленты «Кожа, в которой я живу»)



Рисунок 9. Цвет одежды (коричневый)  
(кадр из киноленты «Зажигание»)



Рисунок 10. Цвет одежды (синий)  
(кадр из киноленты «Три метра над уровнем неба»)

Эмоции, наиболее часто переживаемые героем, так же дает определенную характеристику человеку. Эмоции «героя-мачо» можно разделить на три блока: отрицательные, положительные и нейтральные. К отрицательным (47%) относятся гнев, печаль презрение и раздражение, выраженное чаще ухмылкой или взглядом исподлобья.



Рисунок 11. Отрицательные эмоции  
(кадр из киноленты «Три метра над уровнем неба»)

К положительным (37%) относятся радость, чаще выраженная улыбкой, умиротворение и спокойствие.



Рисунок 12. Положительные эмоции  
(кадр из киноленты «Три метра над уровнем неба: Я тебя хочу»)

К нейтральным (16%) можно отнести удивление и сосредоточенность.

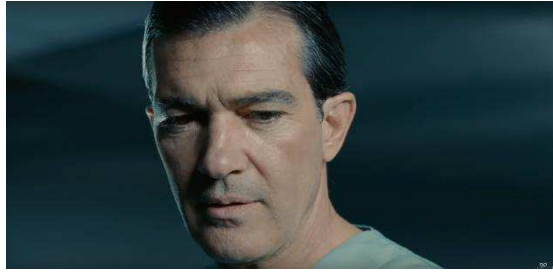


Рисунок 13. Нейтральные эмоции  
(кадр из киноленты «Кожа, в которой я живу»)

Говоря о жестах «героя-мачо», то они являются довольно резкими, что говорит о силе и уверенности персонажа. Часто встречаются такой жест, как руки в карманах брюк, что демонстрирует власть и независимость, похлопывания по плечу означает дружественный настрой, кроме того, этот жест демонстрирует силу собеседника и его готовность прийти на помощь.



Рисунок 14. Жест (рука в кармане)  
(кадр из киноленты «Кожа, в которой я живу»)

Также «герой-мачо» нередко направляет на собеседника указательный палец, тем самым выражает свое доминирование или угрозу.



Рисунок 15. Жест (указательный палец)  
(кадр из киноленты «Три метра над уровнем неба»)

В проанализированном корпусе паралингвистических компонентов, создающих образ «героя-мачо», выделяются такие пункты, как личную и интимную зоны межличностного пространства, преобладающие негативные эмоции, твердый визуальный контакт, уверенная походка и открытые позы. Кроме того, используемые цвета в одежде и жесты указывают на доминантный тип личности.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

По результатам анализа испанских кинолент можно обозначить следующие основные черты речевого стереотипного образа «героя-мачо»:

1. Доминирование диалогической речевой формы;
2. Существенное преобладание конкурирующих речевых актов – распоряжений, просьб, приказов. В то же время, взаимодействуя с собеседником, «герой-мачо» использует конфликтные (угроза) и компанейские (благодарность, приглашение) речевые акты, реже – коллаборативные (инструктаж);
3. В репликах персонажа наблюдается преимущественно агрессивная, манипулятивная и шутовская коммуникативные тональности, при этом полностью отсутствуют статусная, торжественная, идеологическая, эзотерическая, менторская, гипотетическая и фасцинативная тональности. Реже встречаются фатическая и информативная тональности;
4. Из-за распространенности диалогической и полилогической форм речи, в основном наблюдаются личная, интимная коммуникативная дистанция, реже дистанция не выражена и лишь в нескольких случаях встречается официальная дистанция;
5. Речи персонажа свойственны широкое употребление повелительного наклонения, гипертрофированная экспрессивность, выраженная в обилии восклицательных, а также неполных и односоставных предложений, сниженной, обценной лексики и риторических вопросов.
6. Среди паралингвистических компонентов, создающих образ «героя-мачо», можно отметить личную и интимную зоны межличностного пространства, преобладающие негативные эмоции, твердый визуальный контакт, уверенная походка и открытые позы. Кроме того, используемые цвета в одежде и жесты указывают на доминантный тип личности.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Работа над теоретической базой исследования позволила сделать вывод о том, что существующие подходы к объяснению понятия «герой» объединяет то, что последний является социальным феноменом, излучающимся на основании всех вербальных и экстралингвистических характеристик.

В данном исследовании, были рассмотрены понятия как «культурного героя», так и «литературного героя». Вслед за А.И. Кравченко, «культурный герой» понимается как реальный человек, который благодаря своим моральным или профессиональным качествам превращен в культ, почитаемого человека, культурного лидера. Однако, стоит заметить, что образ культурного героя эволюционировал и принял образ литературного героя. А.Н. Николюкин рассматривает «литературного героя» как действующее лицо в литературном произведении, а также носитель точки зрения на действительность, на самого себя и других персонажей.

Существует несколько основных приемов описания персонажа, но одним из ведущих является речевой портрет. Т.П. Тарасенко дает следующее объяснение данному феномену: совокупность языковых и речевых характеристик коммуникативной личности или определенного социума в отдельно взятый период существования.

На базе определения речевого портрета В.Е. Чернявской было сформулировано понятие речевого стереотипного образа, который в данном исследовании понимается как регулярно воспроизводимая в определённом типе дискурса совокупность речевых характеристик личности, редуцированно и субъективно подменяющих её реальный речевой портрет для достижения одной из целей дискурса.

Была выдвинута и затем получила подтверждение гипотеза о том, что в испанской лингвокультуре существует «герой-мачо» – человек, отличающийся от других, его поведение характеризуется такими



особенностями, как мужественность, обостренное чувство собственного достоинства, стремление к завоеванию уважения в глазах общества, лидерства и превосходство над женщиной, которые откладывают отпечаток на его речевое поведение.

Для выявления черт речевого стереотипного образа «героя-мачо», было обобщено понимание в современной гуманитаристике феномена «мачизма». М.С. Матросова и Е.В. Усанина определяют мачизм как особую маскулинность, характерную для испаноязычных народов, которая характеризуется такими признаками, как культ силы, мужественности и сексуальности мужчины, убежденность в превосходстве мужского пола над женским. В свою очередь, вслед за М.Г. Котовской и Н.В. Шалыгиной, «мачо» чаще всего понимается как тип мужчин, для которых характерны мужественность, обостренное чувство собственного достоинства, стремление к завоеванию уважения в глазах общества, лидерства и превосходство над женщиной.

Согласно цели и задачам исследования, при проведении предварительного анализа объекта в качестве инструментов исследования определены следующие приемы и методы – метод дефиниционного анализа, метод контекстуального анализа, описательный метод, приемы качественно-количественного анализа и коммуникативный анализ. Более того, был выявлен ряд параметров, на основе которых проводился анализ речевого стереотипного образа «героя-мачо» – речевые формы, речевой акт, коммуникативная тональность, коммуникативная дистанция, речевые средства, паралингвистические средства.

Проведенный анализ показал, что черты, приписываемые «герою-мачо» в испанских кинолентах, характеризуют его как доминирующую речевую личность, организующий общение на разных дистанциях – от интимной до социальной, отличающимся агрессией, конфликтным поведением, оскорблениями и обценной лексикой.

Результаты проведенной работы можно использовать в рамках учебных курсов по основам теории межкультурной коммуникации, а также для написания курсовых и выпускных квалификационных работ.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белокурова С.П. Словарь литературоведческих терминов. СПб.: Паритет, 2006. 314 с.
2. Березовская С.С. Концепт культурного героя как универсалия культуры // Вестник Томского Государственного Университета. 2010. № 338. С. 68–71
3. Варламова О.Н. Речевой портрет женщины в социально-релевантной роли матери (на материале французского и русского языков): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Красноярск, 2017. 180 с.
4. Гафарова А.С. Речевой портрет: социолингвистические характеристики: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Тверь, 2006. 19 с.
5. Гинзбург Л.Я. О литературном герое. М.: Советский писатель, 1979. 223 с.
6. Дмитриева О.А. Лингвокультурные типажи России и Франции XIX века: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Волгоград: ВГПУ, 2005. 24 с.
7. Дубровская Е.М. Лингвокультурный типаж «человек богемы»: динамический аспект: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Новосибирск, 2017. 230 с.
8. Есин А.Б. Принципы и приемы анализа литературного произведения: учебное пособие для студентов и преподавателей филологических факультетов, учителей-словесников. 3-е издание. М.: «Флинта», «Наука», 2000. 142 с.
9. Карасик В.И., Дмитриева О.А. Лингвокультурный типаж: к определению понятия // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажи: сб. научн. трудов / под ред. В.И. Карасика. Волгоград: Парадигма, 2005. С. 5–25.

10. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. М.: Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.
11. Кипнис М.И., Комарова А.И. Современный испано-русский, русско-испанский словарь. Грамматика. 7-е издание. М.: Айрис-пресс, 2013. 704 с.
12. Кожевников В.М., Николаев П.А. Литературный энциклопедический словарь. М.: Современная энциклопедия, 1987. 752 с.
13. Колмогорова. А.В. Речевые стереотипные образы президентов России и Франции в автохтонной и чужеродной медиасреде (на материале карикатурных текстов) // Политическая коммуникация: перспективы развития научного направления: материалы Международной науч. конф. (Екатеринбург, 26-28.08.2014). ФГБОУ ВПО «Уральский государственный педагогический университет». Екатеринбург, 2014. С. 114–120.
14. Котовская М.Г., Шалыгина Н.В. Гендерное пространство в структуре общественного сознания. М.: ИЭА РАН, 2013. 219 с.
15. Кравченко А.И. Культурология: Словарь. М.: Академический проект, 2000. 670 с.
16. Красных В.В. Этнопсихология и лингвокультурология: Курс лекций. М.: ИТДК «Гнозис», 2002. 284 с.
17. Мазина Е.Н., Кузовова В.В. Мужские гендерные номинации в СМИ: семантико-функциональный аспект // Культура народов Причерноморья. 2008. № 138. С. 134–138
18. Матросова М.С., Усанина Е.В. Вербальная репрезентация концепта «мачизм» в колумбийской лингвокультуре (на материале повести г. Гарсиа Маркеса «Cronica de una muerte anunciada») // Вестник молодых ученых ПГНИУ. 2014. № 4. С. 33–42
19. Мацумото Д. Психология и культура. СПб.: Питерб, 2003. 718 с.
20. Мелетинский Е.М. Избранные статьи. Воспоминания. М.: Российский государственный гуманитарный университет, 1998. 576 с.

21. Морозова Н.Н. Речевой портрет Дональда Трампа в предвыборной кампании 2016 года // Вестник Московского государственного областного университета. 2016. №4. 11с.
22. Мурзинова И.А. Речевой портрет лингвокультурного типажа «Британская королева» // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2009. № 2. С. 46–49.
23. Найдорф М.И. Введение в теорию культуры: основные понятия культурологии. Одесса.: Друк, 2005. 192 с.
24. Николюкин А.Н. Литературная энциклопедия терминов и понятий. М.: Интелвак, 2001. 799 с.
25. Ожегов С.И. Словарь русского языка: Около 60 000 слов и фразеологических выражений. 25-е издание. М.: Издательство Оникс, 2008. 1328 с.
26. Омеличкина Е.О. Реализация лингвокультурного типажа «héros combattant» в художественном дискурсе (на материале французского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Кемерово, 2013. 33 с.
27. Омеличкина Е.О., Рябова М.Ю. Номинативная характеристика лингвокультурного типажа «герой-борец» во французском художественном дискурсе // Вестник КемГУ. Филология. 2013. Т.2. № 2 (54). С. 117–121
28. Панов М.В. История русского литературного произношения XVIII-XX вв. 2-ое издание, стереотипное. М.: Едиториал УРСС, 2002. 456 с.
29. Папикян А.В. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения как база социокультурной интерференции // Международный научный журнал «Инновационная наука». 2015. №3. С. 103–106
30. Резников Е.Н. Этнопсихологические характеристики студентов из стран Латинской Америки // Вестник РУДН. Серия Психология и педагогика. 2009. № 3. С. 13–20

31. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов: пособие для учителей. 3-е издание. М.: Просвещение, 1985. 354 с.
32. Силунас В.Ю. Искусство стран Латинской Америки. М.: Наука, 1986. 242 с.
33. Тарасенко Т.П. Языковая личность старшеклассника в аспекте ее речевых реализаций (на материале данных ассоциативного эксперимента и социолекта школьников Краснодара): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Краснодар, 2007. 26 с.
34. Токарев С.А. Мифы народов мира: Энциклопедия. М.: Советская Энциклопедия, 1980. 1147 с.
35. Трофимова Е.И. Гендерные исследования. Терминологические вопросы в гендерных исследованиях // Общественные науки и современность. 2002. № 6. С. 178–188
36. Фесенко О.П. Фонетическая составляющая речевого портрета современной молодежи (на примере речи курсантов военного вуза) // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. 2018. Т. 17. № 3. С. 91–98
37. Хализев В.Е. Теория литературы. М.: «Высшая школа», 1999. 240 с.
38. Храпова А.А. Языковая характеристика современного героя (на материале произведений Захара Прилепина): дис. ... канд. филол. наук: 44.04.01. Ростов-на-Дону, 2016. 88 с.
39. Цзян Ч. Модели речевого портрета и лингвопсихический портрет драматических персонажей в пьесе А.П. Чехова «дядя Ваня» // Историческая и социально-образовательная мысль. 2016. Т. 8. №5/2. С. 190–194
40. Чеботарев Е.Г. Невербальная коммуникация в речевом портрете лингвокультурного типажа «юродивый» // Альманах современной науки и образования. 2015. № 1 (91). С. 116–121
41. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. М.: Флинта: Наука, 2006. 136 с.

42. Юдина Н.В., Кузнецова Е.А. Языковой портрет современного финансиста: учебник для бакалавров. М.: Финансовый университет, 2016. 280 с.
43. Ярмахова Е.А. Лингвокультурный типаж «английский чудак»: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград: ВГПУ, 2005. 11 с.
44. Ярошенко О.А. штрихи к речевому портрету русского интеллигента // Вестник иркутского государственного лингвистического университета. 2010. № 3. С. 68–77
45. Abrams M. A glossary of literary terms, seventh edition. NY.: Cornell University Press, 1999. 386p.
46. Adams C. Machismo and Geographies of Hope: PhD dissertation. Washington, 2006. 206p.
47. Arciniega M., Anderson T., Tovar-Blank Z., Tracey T. Toward a Fuller Conception of Machismo: Development of Machismo and Caballerismo Scale // Journal of Counselling Psychology. 2008. 55 (1). P. 19–33
48. Baldick Ch. The Concise Oxford Dictionary of Literary Terms. NY.: Oxford university press, 2001. 291p.
49. Burn S. The Social Psychology of Gender. NY.: McGraw-Hill, 1996. 200 p.
50. DiBattista M. Novel characters: a genealogy. Malden: Wiley-Blackwell, 2010. 210p.
51. Frago J., Kashubeck S. Machismo, gender role conflict, and mental health in Mexican American men // Psychology of Men & Masculinity. 2000. 1 (2). P. 87–97
52. Franco Z., Blau K., Zimbardo P. Heroism: A conceptual analysis and differentiation between heroic action and altruism // Review of General Psychology. 2011. 5 (2). P. 99–113
53. Gutmann M. The Meanings of Macho: Being a Man in Mexico City. Berkeley and London: University of California Press, 1996. 4p.

54. Kohen A., Langdon M., Riches B. The Making of a Hero: Cultivating Empathy, Altruism, and Heroic Imagination // *Journal of Humanistic Psychology*. 2017. 17p.
55. Lippmann W. Public opinion. NY.: Dover Publications, 2004. 256p.
56. Machismo // *Diccionario de la Lengua Española*. [Электронный ресурс]. 2018. URL: <http://rae.es/> (дата обращения: 10.04.2018).
57. Matsumoto D. The Cambridge dictionary of psychology. San-Francisco.: Cambridge University Press, 2009. 606 p.
58. Narumov B., Turover G. *Diccionario Español-Ruso*. Madrid: Rubiños, 2004. 828 p.
59. Nuñez A., González P., Talavera G., Sanchez-Johnsen L., Roesch S., Davis S., Arguelles W., Womack V., Ostrovsky N. Machismo, marianismo, and negative cognitive-emotional factors: Findings from the Hispanic Community Health Study/Study of Latinos Sociocultural Ancillary Study // *Journal of Latina/o Psychology*. 2016. 4 (4). P.202–217
60. Opazo R. Latino Youth and Machismo: Working Towards a More Complex Understanding of Marginalized Masculinities // *Theses and dissertations*. 2008. 108. 59p.
61. Personage // *English Oxford Living Dictionaries* [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://en.oxforddictionaries.com> (дата обращения: 18.04.2018).
62. Valencia C. *Glosario de términos folclóricos y musicales*. Quidbó: Instituto de Investigaciones Ambientales del Pacífico, 2012. 202p.



## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. Жест (рука в кармане) // Clase virtual [Электронный ресурс]. 2011. URL: [http://clasevirtual.ru/index/la\\_piel\\_que\\_habito/0-143](http://clasevirtual.ru/index/la_piel_que_habito/0-143) (дата обращения: 28.05.2019).
2. Жест (указательный палец) // Filmatika [Электронный ресурс]. 2010. URL: [http://filmatika.ru/spa\\_movies/tres-metros-sobre-el-cielo/](http://filmatika.ru/spa_movies/tres-metros-sobre-el-cielo/) (дата обращения: 28.05.2019).
3. Зрительный контакт // Filmatika [Электронный ресурс]. 2012. URL: [http://filmatika.ru/spa\\_movies/tri-metra-nad-urovнем-neba-ya-tebya-xochu/](http://filmatika.ru/spa_movies/tri-metra-nad-urovнем-neba-ya-tebya-xochu/) (дата обращения: 14.05.2019).
4. Интимная зона // Filmatika [Электронный ресурс]. 2010. URL: [http://filmatika.ru/spa\\_movies/tres-metros-sobre-el-cielo/](http://filmatika.ru/spa_movies/tres-metros-sobre-el-cielo/) (дата обращения: 10.05.2019).
5. Личная зона // Clase virtual [Электронный ресурс]. 2011. URL: [http://clasevirtual.ru/index/la\\_piel\\_que\\_habito/0-143](http://clasevirtual.ru/index/la_piel_que_habito/0-143) (дата обращения: 10.05.2019).
6. Нейтральные эмоции // Clase virtual [Электронный ресурс]. 2011. URL: [http://clasevirtual.ru/index/la\\_piel\\_que\\_habito/0-143](http://clasevirtual.ru/index/la_piel_que_habito/0-143) (дата обращения: 20.05.2019).
7. Отрицательные эмоции // Filmatika [Электронный ресурс]. 2010. URL: [http://filmatika.ru/spa\\_movies/tres-metros-sobre-el-cielo/](http://filmatika.ru/spa_movies/tres-metros-sobre-el-cielo/) (дата обращения: 20.05.2019).
8. Поза // YouTube [Электронный ресурс]. 2013. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2SJFt73Ek-Y> (дата обращения: 14.05.2019).
9. Положительные эмоции // Filmatika [Электронный ресурс]. 2012. URL: [http://filmatika.ru/spa\\_movies/tri-metra-nad-urovнем-neba-ya-tebya-xochu/](http://filmatika.ru/spa_movies/tri-metra-nad-urovнем-neba-ya-tebya-xochu/) (дата обращения: 20.05.2019).

10. Социальная зона // YouTube [Электронный ресурс]. 2013. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2SJFt73Ek-Y> (дата обращения: 10.05.2019).
11. Цвет одежды (белый) // Clase virtual [Электронный ресурс]. 2014. URL: [http://clasevirtual.ru/index/ocho\\_apellidos\\_vascos/0-238](http://clasevirtual.ru/index/ocho_apellidos_vascos/0-238) (дата обращения: 17.05.2019).
12. Цвет одежды (коричневый) // YouTube [Электронный ресурс]. 2013. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2SJFt73Ek-Y> (дата обращения: 17.05.2019).
13. Цвет одежды (серый) // Clase virtual [Электронный ресурс]. 2011. URL: [http://clasevirtual.ru/index/la\\_piel\\_que\\_habito/0-143](http://clasevirtual.ru/index/la_piel_que_habito/0-143) (дата обращения: 17.05.2019).
14. Цвет одежды (синий) // Filmatika [Электронный ресурс]. 2010. URL: [http://filmatika.ru/spa\\_movies/tres-metros-sobre-el-cielo/](http://filmatika.ru/spa_movies/tres-metros-sobre-el-cielo/) (дата обращения: 17.05.2019).
15. Цвет одежды (черный) // Filmatika [Электронный ресурс]. 2010. URL: [http://filmatika.ru/spa\\_movies/tres-metros-sobre-el-cielo/](http://filmatika.ru/spa_movies/tres-metros-sobre-el-cielo/) (дата обращения: 17.05.2019).
16. Combustión // YouTube [Электронный ресурс]. 2013. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2SJFt73Ek-Y> (дата обращения: 21.04.2018).
17. La piel que habito // Clase virtual [Электронный ресурс]. 2011. URL: [http://clasevirtual.ru/index/la\\_piel\\_que\\_habito/0-143](http://clasevirtual.ru/index/la_piel_que_habito/0-143) (дата обращения: 15.04.2019).
18. Ocho apellidos bascos // Clase virtual [Электронный ресурс]. 2014. URL: [http://clasevirtual.ru/index/ocho\\_apellidos\\_vascos/0-238](http://clasevirtual.ru/index/ocho_apellidos_vascos/0-238) (дата обращения: 15.04.2018).
19. Tengo ganas de ti // Filmatika [Электронный ресурс]. 2012. URL: [http://filmatika.ru/spa\\_movies/tri-metra-nad-urovнем-neba-ya-tebya-xochu/](http://filmatika.ru/spa_movies/tri-metra-nad-urovнем-neba-ya-tebya-xochu/) (дата обращения: 11.04.2019).

20. Tres metros sobre el cielo // Filmatika [Электронный ресурс]. 2010.  
URL: [http://filmatika.ru/spa\\_movies/tres-metros-sobre-el-cielo/](http://filmatika.ru/spa_movies/tres-metros-sobre-el-cielo/) (дата обращения:  
03.04.2018).

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра романских языков и прикладной лингвистики  
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой РЯиПЛ

 А.В. Колмогорова

« 02 » июля 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**РЕЧЕВОЙ СТЕРЕОТИПНЫЙ ОБРАЗ «ГЕРОЯ-МАЧО» В  
ИСПАНСКОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ  
КИНОЛЕНТ)**

Выпускник



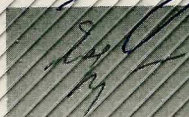
Е.И. Кравчук

Научный руководитель

д-р филол. наук,

 проф. А.В. Колмогорова

Нормоконтролер



В.В. Ефимова

Красноярск 2020