

вопросом: "Разве мы немцы какие-нибудь?" Именно вопросно-ответную природу имеют многие иные композиционные решения романа, в частности, его эпилога.

Влияние стихии вопрошания на композиционные структуры эпопеи чрезвычайно продуктивно представляет авторскую позицию в постановке основополагающих для идеи проблематики «Войны и мира» мировоззренческих вопросов. Как нам удалось продемонстрировать в более развернутом исследовании, наблюдения над проявлениями стихии вопрошания наполняют формальные признаки композиционного построения содержательными художественными реалиями [2]. Внимание же к актуальному членению толстовского текста на основе вопросительных конструкций может стать принципиально важным, насущным аспектом интерпретации текста романа.

Список литературы

1. Бахтин М.М. Литературно-критические статьи. М., 1986. 543 с.
2. Бужинская Д.С. «Стихия вопрошания» в романе Л.Н. Толстого «Война и мир»: дис. ... канд. филол. наук. Магнитогорск, 2004. 203 с.
3. Власкин А.П. Художественная избыточность воображения в творческой практике Ф.М. Достоевского // Актуальные проблемы современной науки, техники, образования. Магнитогорск, 2013. № 71. С. 322-325.
4. Гальперин Р.И. Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981. 140 с.
5. Громов П.П. О стиле Льва Толстого: Диалектика души в "Войне и мире". Л., 1977. 484с.
6. Дементьев В.В. Непрямая коммуникация и ее жанры. Саратов, 2000. 245с.
7. Золотова Г.А. Коммуникативные аспекты русского синтаксиса. М., 1976. 317 с.
8. Лосева Л.М. Как строится текст. М., 1980. 94 с.
9. Лотман Ю.М. Семиосфера. Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки. СПб., 2000. 705 с.
10. Потапов И.А. Роман Л.Н. Толстого "Война и мир". М., 1970. 302 с.
11. Толстой Л.Н. Война и мир. // Собрание сочинений в 22 томах. М., 1981.
12. Эйхенбаум Б.М. Лев Толстой 60-ые годы. Кн.2. Л.-М., 1931. 424 с.

УДК 81'373.49

Е.Э. Гампер

ЭВФЕМИЗМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ (ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ)

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема эвфемии в гендерном аспекте на примере женских журналов. Раскрываются основные группы эвфемизмов согласно существующим в обществе гендерным стереотипам.

Ключевые слова: гендер, эвфемизмы, женские журналы, гендерные стереотипы.

В последние десятилетия возрос интерес к исследованию явления эвфемии. В связи с распространением политкорректности, расширением сферы услуг и ре-

кламной деятельности большой интерес представляет изучение гендерного аспекта эвфемизации. Актуальность исследования обусловлена проблемами эвфемии в гендерном аспекте, а также с возрастанием роли вежливости в процессе коммуникации в свете политкорректности и толерантности.

В лингвистической литературе существует много определений понятия «эвфемизм», анализ которых позволяет сделать вывод о том, что «эвфемизмы – это слова или выражения, служащие для замены таких обозначений, которые представляются говорящему нежелательными, не вполне вежливыми, неприличными или нетактичными» [1].

В настоящее время большинство исследований в гендерном ключе посвящены именно «женскому вопросу», и зачастую слова «гендер» и «женский пол» становятся синонимами. В поле нашего исследования попадают так называемые «женские» эвфемизмы, т.е. эвфемизмы, характеризующие женщин.

Наблюдения над фактическим материалом показывают, что в современных англоязычных СМИ реализуются следующие темы эвфемизмов: внешний вид, избыточный вес, проблемы кожи, возраст, беременность. Нами были проанализированы такие англоязычные женские журналы, как GoodHousekeeping, MarieClaire, VanityFair, Elle. Мы считаем, что эвфемизмы, получившие распространение в женских СМИ, позволяют судить о существующих стереотипах и нормах поведения.

Самая многочисленная группа – эвфемизмы, скрывающие, вуалирующие различные физические недостатки. Это объясняется повышенным вниманием женщины к своей внешности, фигуре, желанием хорошо выглядеть. Это также подчеркивает уязвимость представителей женского пола в отношении внешности, немаловажность и потребность положительных ее характеристик со стороны.

Помимо обретения идеальной фигуры, женщины стремятся улучшить цвет лица, омолодить кожу, избавиться от морщин и т.д. в связи с этим эвфемизируются такие понятия как «морщины», «недостатки кожи» и др. В рекламе в коммерческих целях мы сталкиваемся с эвфемизмами для обозначения, например, «некрасивой кожи», «несовершенств кожи (вследствие старения или угревой сыпи)», «стареющей кожи»:

imperfections – несовершенства кожи, например, в рекламе тональной основы, адресованной женщинам:

mature skin challenged by natural hormonal changes (зрелая кожа, подверженная естественным гормональным изменениям)

tiredlackluster skin (уставшая, лишенная сияния)

agespots, brownspots (возрастные пятна)

Вместо слова *wrinkles* (морщины), чтобы избежать намека на старение, используется выражение *expressionlines* (мимические линии), что подразумевает не старение, а естественно возникающие морщинки вследствие, например, смеха и т. д.:

Следующая группа эвфемизмов относится к косметологии и пластической хирургии. Она тесно связана с предыдущей, так как именно желание хорошо выглядеть толкает женщину на всевозможные косметические процедуры, улучшающие фигуру, цвет лица, прическу. Зачастую в текстах, связанных с косметическими и пластическими манипуляциями преобладают термины. Медицинская терминология позволяет избежать прямого упоминания косметических и пластических процедур, создать ауру «элитарности», облагородить и, как следствие, выступает в роли эвфемии.

Rhinoplasty – операция по уменьшению формы носа
Augmentation mammoplasty, surgical enhancement – операция по увеличению груди

liposuction, streamlining — операция по удалению целлюлита;

blepharoplasty, eyelid surgery, having one's eyes done — операция по подтяжке век.

В отдельную группу можно выделить эвфемизмы, служащие для характеристики женщин, стремящихся похудеть. Проблема избыточного веса, полноты стимулирует появление эвфемистических единиц, формирующих многочисленную группу лексем. С помощью эвфемизмов высказывается восхищение женщинами пышных форм (*a fine figure of a woman, a Renoir woman*), смягчается обозначение полных дам (*full-figured, well-built, well-fleshed*), а также благозвучие приобретают и слова, обозначающие некрасивую, нездоровую худобу (*sylph-like* – как нимфа, *slender* – стройная, *willow* – тоненькая, *reedlike* – как тростинка).

В целом, рассмотренные нами гендерные эвфемизмы в полной мере отражают образ, к которому стремится современная умная и образованная женщина. Многие эвфемизмы превращаются в своеобразные этикетные образцы, игнорирование которых в современном обществе равносильно грубости. Речь женщины характеризуется вежливостью и мягкостью. Следует отметить, что наблюдается тенденция оказания большого влияния на изменения языка со стороны женщин.

Список литературы

1. Вильданова Г.А. Гендерный аспект эвфемизации (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук. Бирск, 2008. 194 с.
2. Баскова Ю.С. Психолингвистические факторы использования эвфемизмов // Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики: Межвуз. сб. науч. тр. Краснодар: КубГУ, 2005. С. 230-237.

УДК 323.2

В.В. Дроздов

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ: ОТ ЛИБЕРАЛЬНОЙ МОДЕЛИ К ПРИНЦИПУ СУБСИДИАРНОСТИ

Аннотация. В статье проводится анализ социальной политики в России в сфере ЖКХ в период 1990-х – 2000-х годов. Показаны основные направления перехода российского государства от либеральной модели социальной политики к политике, основанной на принципе субсидиарности. Проводится анализ ответственности государства, частного бизнеса и граждан в сфере услуг ЖКХ.

Ключевые слова: социальная политика, этатизм, государственный патернализм, либеральная модель социальной политики, принцип солидарности, принцип субсидиарности.

В зависимости от функций, которые берет на себя государство в социальной сфере, можно выделить три основные модели социальной политики: этатистская или патерналистская, либеральная и срединная.