

ПЕСЧАНСКАЯ А. С.

**ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ГЕНДЕРНЫХ
СТЕРЕОТИПОВ В ДИСКУРСЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ**

Аннотация. Статья посвящена исследованию лингвистических механизмов формирования гендерных стереотипов в медиадискурсе. На примере заголовков англоязычных газетных статей рассматриваются способы, посредством которых СМИ транслируют гендерные стереотипы. Автор приходит к выводу о том, что медиадискурс не только закрепляет традиционные гендерные стереотипы, но и способствует возникновению новых.

Ключевые слова: гендер, гендерный стереотип, маскулинность, фемининность, медиадискурс, гендерная лингвистика.

PESCHANSKAYA A. S.

**LINGUISTIC REPRESENTATION OF
GENDER STEREOTYPES IN ENGLISH MEDIA DISCOURSE**

Abstract. The article presents a study of linguistic mechanisms in the formation of gender stereotypes in media discourse. Considering the headlines of English newspaper articles, the ways of representing gender stereotypes in mass media are analyzed. The author concludes that media discourse not only supports traditional gender stereotypes but also contributes to the creation of new ones.

Keywords: gender, gender stereotype, masculinity, femininity, media discourse, gender linguistics.

В современном мире дискурс играет ключевую роль в понимании языка и социокультурных процессов. Как важнейший инструмент коммуникации в различных сферах, он не только отражает культурные и социальные изменения, но и сам их формирует. Это делает его исследование актуальным не только для лингвистики, но и для других гуманитарных и социальных наук.

Понятие «дискурс» является сложным и многогранным, поэтому в научной литературе существует множество его определений. Американский лингвист З. Харрис ввел и впервые описал понятие дискурса в своей статье под названием «Дискурс-анализ» (1952 г.), что стало значимым событием для современной науки о языке. Он определил дискурс как «последовательность предложений, произнесенную (или написанную) одним (или более) человеком в определенной ситуации» [6, с. 3], что в дальнейшем было уточнено и дополнено другими учеными. На сегодняшний день дискурс воспринимается как более широкое понятие, чем просто последовательность предложений.

В данном исследовании дискурс рассматривается как совокупность текстов, создаваемых в процессе коммуникации, с учетом экстралингвистических факторов, которые влияют на формирование и восприятие высказываний.

Функционирование языка в различных сферах деятельности способствует выделению соответствующих дискурсов. Одним из наиболее активно развивающихся на сегодняшний день является медиадискурс, так как СМИ оказывают огромное влияние на жизнь человека, формируя общественное мнение, влияя на образ мыслей и действий. Кроме того, язык, используемый в медиадискурсе, может существенно влиять и на речь человека. По словам Т. Г. Добросклонской, «основной объем речепользования приходится сегодня именно на сферу массовой коммуникации. Тексты массовой информации, или медиатексты, являются одной из самых распространенных форм современного бытования языка...» [2, с. 5]. Ее утверждение о том, что в медиасфере производится и распространяется больше информации и текстов, чем в других областях жизни, позволяет сделать вывод, что именно тексты СМИ отражают основные общественные идеи, социальные устремления, идеалы и культурно-нравственные ценности.

Медиадискурс – сложное явление, включающее не только тексты СМИ, но и экстралингвистические аспекты. Отражая новейшие тенденции и события реальности, медиадискурс помогает понять, как в обществе формируются и распространяются гендерные стереотипы.

В конце XX века, в результате смены научной парадигмы, на первый план выходит изучение языка в неразрывной связи с человеком. По мнению В. А. Звегинцева, формирование новой антропоцентрической парадигмы произошло благодаря осознанию необходимости разграничения двух аспектов изучения языковых явлений – «язык в его состоянии» и «язык в его деятельности». «Если быть до конца честным, то следует признать, что при изучении языка в его состоянии как замкнутой в себе структуры его отношение к человеку, когда оно и постулируется, обычно носит декларативный характер. ... перед исследователем остается лишь автономное и авторитарное образование – язык "в самом себе и для себя"» [3, с. 164]. Именно человек порождает речь и одновременно является ее реципиентом. Помимо того, что язык служит средством общения, он также отражает мировоззрение, мысли и чувства каждого отдельного индивидуума.

В рамках антропологических исследований лингвисты уделяют особое внимание вопросам взаимодействия языка и гендера. Современная наука определяет гендер как категорию, отличную от категории биологического пола человека. Гендер понимается как совокупность социокультурных характеристик, определяющих различия в социальных ролях, нормах и стереотипных представлениях о качествах мужчин и женщин, а также их поведении в обществе. Гендер является не собственно лингвистической категорией, а социокультурной,

однако он имеет лингвистические способы конструирования и проявления, а его сущность можно раскрыть через изучение структур языка. Лингвистические методы формирования гендерной идентичности могут включать использование определённых слов, фраз, выражений и грамматических конструкций. Лингвистические аспекты играют ключевую роль в создании и поддержании гендерных норм и стереотипов.

Гендерная стереотипизация способствует формированию в языковом сознании человека стереотипов маскулинности и фемининности. Лингвист М. В. Гаранович предлагает следующее определение этих стереотипов: «Стереотипы, характеризующие мужчин и женщин с помощью речевого выражения определенных личностных качеств и социально-психологических свойств, в которых отражены общие, групповые и индивидуальные представления о мужественности и женственности.» Другими словами, это «лексемы, которые обозначают социально-психологические характеристики человека, несут определенную смысловую нагрузку и обладают собственными коннотациями» [1, с. 30–31].

В настоящее время одним из ключевых вопросов гендерной лингвистики является сохранение тенденции отражения гендерных стереотипов в языке и речи. Отражаясь на различных уровнях языка, лингвистическая маркированность гендера влияет на формирование гендерных стереотипов и социальных ролей, а также на эффективность коммуникации.

Рассмотрим еженедельную рубрику британской газеты «The Guardian» под названием «Ask Philippa», которая относится к категории «Life and Style». В этой рубрике публикуются статьи в формате «вопрос-ответ», где каждую неделю Филиппа Перри помогает решить личную проблему читателя.

Проанализировав заголовки статей этой рубрики, мы заметили, что большинство из них написаны от лица женщин и содержат целый ряд стереотипов, связанных с фемининностью и маскулинностью. Например, заголовок «My partner ogles other women and it makes me feel unattractive» подкрепляет стереотип о ревности женщин и неверности мужчин [11]. Заголовок «I'm worried my new partner won't love who I really am» отражает стереотип о том, что женщины в отношениях часто тревожны и эмоционально уязвимы [10]. Статья «I have no children and have started to fear for my legacy. What can I do?» привлекает внимание к стереотипу, что главной или единственной целью женщины должно быть материнство и создание потомства для передачи наследия [9].

Продолжая анализировать заголовки англоязычных статей, отметим, что лексика «женских» запросов сосредоточена вокруг таких семантических групп, как семья, брак/отношения, дети и эмоциональные переживания, с характерными лексическими единицами: worried, love, children, fear, feelings. Однако рубрика «Ask Philippa» не является

исключительно женской – в ней также встречаются вопросы от мужчин. В заголовках «мужских» запросов преобладают такие лексические единицы, как *easy, professional, undervalued, qualifications, money*. Это наблюдение подтверждает существующий стереотип о том, что женщинам важнее семья и бытовые вопросы, тогда как мужчинам – карьера и финансы.

В газете «The Guardian» транслирование гендерных стереотипов наблюдается и в рубрике «Leading Questions» категории «Life and Style». Например, статья под заголовком «My boyfriend's behaviour is making me second-guess everything. What should I do?» снова обращает внимание читателя на атрибут фемининности, такой как ревность [4]. В статье «My wife has put on weight and I'm no longer attracted to her. What should I do?» поддерживается стереотип маскулинности о том, что мужчины ценят женщин преимущественно за внешность, что усиливает представление о том, что женщина должна быть объектом привлекательности, игнорируя собственные чувства и здоровье [5].

Важно помнить, что одной из целей любого медиадискурса является привлечение внимания широкой аудитории. На наш взгляд, редакторы этих рубрик могут сознательно использовать гендерные стереотипы в заголовках статей для повышения их читаемости и привлекательности, что в конечном итоге способствует укреплению гендерных предрассудков в обществе.

«Pass Notes» – регулярная сатирическая рубрика в газете «The Guardian», в которой в разделе «Men» представлена статья под названием «Soft jocks: toxic masculinity is out – sensitive men with huge muscles are in» [12]. Заголовок привлекает внимание читателя к изменению общественного восприятия мужественности и предлагает новые представления о том, какими должны быть современные мужчины, а именно: *sensitive, non-threatening, in touch with their feminine sides, but with enormous muscles*. Авторами статьи выступают мужчины, которые в саркастичной форме критикуют эту новую тенденцию. Высмеивая черты фемининности в мужчинах, они выражают свое несогласие и указывают на противоречивость и абсурдность некоторых аспектов («I'm just back from the rodeo – anyone seen my knitting?»). Поскольку статья размещена в мужском разделе, автор намеренно использует лексику, связанную со стереотипными атрибутами фемининности (*soft, sensitive*), противопоставляя их маскулинным чертам (*muscles, jocks*). На наш взгляд, этот пример иллюстрирует неготовность общества к осознанному отказу от стереотипов маскулинности и фемининности.

Рассмотрим еще одну неоднозначную статью в газете «The Guardian», размещенную в разделе «Television & Radio», под заголовком «At the start you get molested and by 45 you're too old to work' – the secret misery of women working in TV» [7]. С одной стороны, броский заголовок привлекает внимание к важной социальной проблеме. Однако, с другой стороны,

важно учитывать, что такие заголовки могут усиливать гендерные предрассудки в обществе. Проблема сексуальных домогательств на рабочем месте касается как женщин, так и мужчин, что часто упускается из виду в подобных обсуждениях.

Кроме того, для привлечения внимания авторы данной статьи используют такие атрибуты фемининности, как внешняя привлекательность, слабость и уязвимость, а также атрибуты маскулинности, такие как агрессивность, доминирование и сила. Это порождает стереотип о том, что все мужчины представляют опасность для женщин, что дает основание утверждать, что данный материал укрепляет гендерные предрассудки.

Статья Кейтлин Моран, английской писательницы и феминистки, вызвала оживленные дискуссии в сети Интернет. Статья под заголовком «Caitlin Moran: what's gone wrong for men – and the thing that can fix them» была опубликована в том же разделе «Men» газеты «The Guardian» [8]. Автор поднимает вопрос о том, что, в отличие от женщин, мужчины испытывают трудности с выражением эмоций и чувств, обращаясь к таким стереотипам маскулинности, как сдержанность и эмоциональная «холодность». Подобные обобщенные представления о маскулинности, предполагающие, что мужчины не могут проявлять слабость или уязвимость и должны быть сильными, независимыми и скрывать свои эмоции, также являются стереотипными и способствуют формированию предвзятых убеждений о том, какими должны быть мужчины.

Подводя итог, можно сделать заключение о том, что гендерные стереотипы по-прежнему сохраняются в сфере массмедиа. Мужчины часто изображаются как сильные, уверенные, доминирующие и агрессивные, тогда как женщины – как заботливые, эмоциональные или уязвимые. По результатам исследования можно сделать вывод о том, что авторы и редакторы намеренно используют гендерно маркированные единицы речи для привлечения внимания аудитории. Такой подход не только укрепляет существующие гендерные стереотипы, но и способствует появлению новых.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гаранович М. В. Социолингвистическое варьирование гендерных стереотипов в языковом сознании русских: монография. – Пермь: ПГНИУ, 2020. – 227 с.
2. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: учеб. пособие. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 263 с.
3. Звегинцев В. А. Язык и лингвистическая теория. – 2-е изд. – М.: УРСС Эдиториал, 2001. – 248 с.
4. Gordon-Smith E. My boyfriend's behaviour is making me second-guess everything. What should I do? [Электронный ресурс] // The Guardian. – 2024. – Режим доступа:

- <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2024/mar/29/my-boyfriends-behaviour-is-making-me-second-guess-everything-what-should-i-do> (дата обращения: 25.05.2024).
5. Gordon-Smith E. My wife has put on weight and I'm no longer attracted to her. What should I do? [Электронный ресурс] // The Guardian. – 2024. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/article/2024/may/24/my-wife-has-put-on-weight-and-im-no-longer-attracted-to-her-what-should-i-do> (дата обращения: 25.05.2024).
6. Harris Z. S. Discourse Analysis // Language. – 1952. – Vol. 28, No. 1 – P. 1–30.
7. Healy R. 'At the start you get molested and by 45 you're too old to work' – the secret misery of women working in TV [Электронный ресурс] // The Guardian. – 2024. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/article/2024/may/16/secret-misery-of-women-working-in-tv-television> (дата обращения: 25.05.2024).
8. Moran C. Caitlin Moran: what's gone wrong for men – and the thing that can fix them [Электронный ресурс] // The Guardian. – 2023. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/society/2023/jul/01/caitlin-moran-whats-gone-wrong-for-men-and-the-thing-that-can-fix-them> (дата обращения: 25.05.2024).
9. Perry P. I have no children and have started to fear for my legacy. What can I do? [Электронный ресурс] // The Guardian. – 2024. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2024/may/05/i-have-no-children-and-have-started-to-fear-for-my-legacy-what-can-i-do> (дата обращения: 25.05.2024).
10. Perry P. I'm worried my new partner won't love who I really am [Электронный ресурс] // The Guardian. – 2024. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/article/2024/may/12/im-worried-my-new-partner-wont-love-who-i-really-am> (дата обращения: 25.05.2024).
11. Perry P. My partner ogles other women and it makes me feel unattractive [Электронный ресурс] // The Guardian. – 2024. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2024/apr/07/my-partner-ogles-other-women-and-it-makes-me-feel-unattractive> (дата обращения: 25.05.2024).
12. Soft jocks: toxic masculinity is out – sensitive men with huge muscles are in [Электронный ресурс] // The Guardian. – 2024. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/society/2024/feb/21/soft-jocks-toxic-masculinity-is-out-sensitive-men-with-huge-muscles-are-in> (дата обращения: 25.05.2024).