

Хаматова Анастасия Маратовна

студентка

Институт международных отношений
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский)
федеральный университет»
г. Казань, Республика Татарстан

ГЕНДЕРНЫЙ СТЕРЕОТИП ФЕМИННОСТИ В ТЕЗАУРУСЕ РУССКОЙ ПРЕССЫ

Аннотация: в статье представлены языковые особенности вербализации стереотипа феминности в современной русской прессе, а также роль и место феминистской идеологии в становлении лингвистических исследований гендера. Автором анализируется обусловленность женских образов, создаваемых средствами массовой информации, устойчивым стереотипным мышлением касательно женских качеств, социальной роли и поведения женщин в современном обществе.

Ключевые слова: язык, лингвистика, гендерная лингвистика, гендерный стереотип, феминность, языковой образ.

На сегодняшний день многие языковеды полагают, что в лингвистике не имеется точного, общепринятого определения понятия «гендер». Тем не менее, невзирая на неопределённость данного термина, его все более активно используют в лингвистических кругах. Это свидетельствует о том, что вопросы различия между социальными ролями и моделями поведения мужчин и женщин стали предметом масштабных научных лингвистических исследований.

Гендерная лингвистика (лингвистическая гендерология) – научное направление в составе междисциплинарных гендерных исследований, при помощи лингвистического понятийного аппарата изучающее гендер [2, с. 51].

Гендер – социальные характеристики различий в поведении, менталитете и эмоциональных реакциях между мужчинами и женщинами. Названный термин

отражает не персональную идентификацию и личностные характеристики, а социокультурные стереотипы маскулинности и феминности, половое разделение труда в социальных институтах и организациях.

Гендерные стереотипы – это внутренние установки в отношении места мужчины и женщины в обществе, их функций и социальных задач. Особенность стереотипов такова, что они настолько прочно проникают в подсознание, что их очень трудно не только преодолеть, но и осознать вообще [3].

Гендерные стереотипы отражаются в языке как в виде устойчивых сочетаний (*Все бабы дуры; Муж – глава семьи; Женщина – прежде всего мать*), так и в виде общих представлений о мужчинах и женщинах (*Мужчины – это сильный пол, женщины – слабый; Мужчины рациональны, женщины эмоциональны*).

В данной статье будет рассмотрен гендерный стереотип феминности русского языка на базе публикаций в прессе. Материалом для данного исследования послужили тексты, полученные методом сплошной выборки из печатных изданий: «Комсомольская правда», «Аргументы и факты», «Коммерсантъ», «Известия» и «Ведомости», а также тексты, отражающие гендерный стереотип феминности в публицистике.

Традиционно предполагалось, что феминность биологически обусловлена, и ей приписывались такие черты, как пассивность, отзывчивость, мягкость, поглощенность материнством, заботливость, эмоциональность и т. п. [4]. В настоящее время под феминностью понимаются характеристики, связанные с женским полом, или характерные формы поведения, ожидаемые от женщины в данном обществе, или же «социально определенное выражение того, что рассматривается как позиции, внутренне присущие женщине» [6, с. 62].

Гендерные исследования, которые являются в современных гуманитарных и социальных науках одним из самых быстро развивающихся направлений, зародились в рамках именно феминистской теории. Как указывает Джоан В. Скотт, термин «гендер» в его современном использовании появился у американских фе-

министров. Это понятие связано с отрицанием биологического детерминизма, содержащегося в терминах «пол» (sex), «половые различия» («sexual difference») [5, с. 70].

Первым трудом феминистской критики языка стала работа Р. Лакофф «Язык и место женщины», обосновавшая андроцентризм языка и ущербность образа женщины в картине мира, воспроизводимой в языке. К специфике феминистской критики языка можно отнести ее ярко выраженный полемический характер, разработку собственной лингвистической методологии, а также ряд попыток повлиять на языковую политику и реформировать язык в сторону устранения содержащегося в нем сексизма [1, с. 45–46].

После США значительное распространение критики языка произошло в Германии впоследствии появления работ С. Тремель-Плетц и Л. Пуш. Существенную роль сыграли также труды Ю. Кристевой.

Главной целью феминистской литературной критики является переоценка классического канона «больших» литературных текстов, опираясь на следующие критерии:

- 1) женское авторство,
- 2) женское чтение,
- 3) женский стиль письма.

Основополагающее течение феминистской критики языка относится к исследованию языка с целью выявления в его системе асимметрий, направленных против женщин. Эти асимметрии получили название языкового сексизма. Речь идет о патриархатных стереотипах, зафиксированных в языке и навязывающих его носителям определенную картину мира, в которой женщинам отводится второстепенная роль и приписываются в основном негативные качества. Исследуется, какие образы женщин фиксируются в языке, в каких семантических полях представлены женщины и какие коннотации сопутствуют этому представлению.

При исследовании русской прессы мы можем выявить основные образы женщин, которые создаются средствами массовой информации:

Таблица 1

Образ женщины	Процентное соотношение
Женщина-политик	28%
Бизнесвумен	19%
Женщина-лидер	13%
Женщина, ориентированная на карьеру	11%
Женщина-спутница	10%
Женщина, ориентированная на семью	10%
Женщина-исполнитель	9%

Исходя из таблицы, доминирующим медиа-образом является женщина-политик. Вспомним, к примеру, М. Тэтчер, К. Райс или А. Меркель – консервативный имидж, высокий профессионализм, жесткость и принципиальность, оперативность в решении политических вопросов. В образе женщины-политика исторически сложился ряд мифов, а именно: если женщина как политик совершает ошибки, это именно потому, что она женщина; внешность всегда играет решающее значение в том, как складывается карьера женщины на политической арене; женщина не может быть и успешным политиком, и успешной матерью, женой; женщины не приходят в политику самостоятельно и т. д.

Следующим этапом нашего исследования стал анализ женской речи. Впоследствии были выявлены такие особенности, как:

1) наличие множества вводных слов, определений, обстоятельств, местоименных подлежащих и дополнений, а также модальных конструкций, выражающих различную степень неуверенности, предположительности, неопределенности (*может быть, по-видимому, по-моему*);

2) склонность к употреблению «престижных», стилистически повышенных форм, клише, книжной лексики;

3) использование коннотативно нейтральных слов и выражений, эвфемизмов (*«нецензурно выразался»* вместо *«матерился»*; *«в нетрезвом виде»* вместо *«пьяный»*);

4) высокочастотным является также использование конструкций «наречие + наречие» (*очень хорошо*), простых и сложносочиненных предложений, синтаксических оборотов с двойным отрицанием;

5) частое использование знаков пунктуации, высокая эмоциональная окраска речи в целом.

Кроме того, анализ позволил выявить частоту употребления следующих частей речи:

Таблица 2

Часть речи	Частота употребления
Существительные	21%
Глаголы	17%
Местоимения	13%
Прилагательные	11%
Наречия	10%
Предлоги	8,5%
Союзы	6%
Числительные	5,3%
Причастия	4,2%
Частицы	4%

Безусловно, наиболее используемыми являются существительные и глаголы. Но если сопоставить данные со специфичностью мужской речи, то мы заметим разницу в употреблении прилагательных и наречий. Женщины используют данные их гораздо чаще. Это обусловлено эмоциональностью речи.

Проведенное исследование подтвердило, что эмоциональность женщин довольно сильно отражается в их речи. Это неудивительно, поскольку слабый пол более эмоционально возбудим, а также более интенсивно переживает ту или иную ситуацию.

В заключение следует отметить, что, продолжая воздействовать на представления людей о моделях поведения и специфике речи женщин, СМИ наносят огромный вред своей аудитории, вынуждая ее следовать определенным стереотипам, чаще всего в ущерб себе. Именно от масс-медиа, от прессы в частности,

зависит, какая гендерная политика сформируется у читателей. Ведь вследствие это может привести к множеству проблем.

В настоящее время характер гендерных ценностей общества чаще всего становится определяющим фактором его развития. Залогом гармоничного развития социума является участие общества в социальной жизни на равных условиях.

Список литературы

1. Воронова Л.А. Политика и журналистика: танго под гендерный аккомпанемент. Гендер и СМИ. – М., 2013. – С. 205.
2. Кирилина А.В. Развитие тендерных исследований лингвистике // Филологические науки. – 1998. – №2. – С. 51–58.
3. Кирилина А.В. Стереотипы биологического пола языке // XII Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации «Языковое сознание и образ мира» (Москва, 2–4 июня 1997 г.). – С. 78–79.
4. Лу Мими. Женская печать (эволюция, типологические структуры в условиях реформирования общества): дисс. ... канд. филол. наук. – М., 1998. – 196 с.
5. Ушакин С.А. Пол как идеологический продукт: с некоторых направлений в российском феминизме // Человек. – 1997. – №2. – С. 62–71.
6. Хочунская Ф.И. Медиаобраз как диалог ценностей. – М.: РУДН, 2011.