

КОНСТРУИРОВАНИЕ ГЕНДЕРА В СОВРЕМЕННЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ НА ПРИМЕРЕ ЯЗЫКОВОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЖЕНЩИНЫ-ПОЛИТИКА

С. В. Никитина

Воронежский государственный университет

И. И. Болдырева

Воронежская государственная медицинская академия

Поступила в редакцию 7 сентября 2012 г.

Аннотация: в статье рассматриваются особенности языковой репрезентации женщины-политика в современных англоязычных СМИ на примере Кристин Лагард, в настоящее время возглавляющей МВФ. Гендерный аспект в создании ее политического имиджа признается одним из ключевых, что иллюстрируют многочисленные языковые маркеры. На основе анализа ряда публикаций авторы приходят к выводу, что гендерные стереотипы, отраженные в языке, не обязательно дискредитируют женщину как политического деятеля.

Ключевые слова: гендер, гендерные стереотипы, англоязычные СМИ, языковая репрезентация женщины-политика.

Abstract: the paper focuses on language representation of the woman-politician in the English-speaking press, considering Christine Lagarde, currently the managing director of the International Monetary Fund. Gender aspect is revealed to be of paramount importance in her political image that is illustrated by numerous language markers. One of the main conclusions made is that gender stereotypes do not always undermine women's effectiveness as political leaders.

Key words: gender, gender stereotypes, English-speaking mass media, language representation of the woman-politician.

Роль и статус женщины в непрерывно изменяющихся условиях современного общества, его культуры, деловой и политической жизни входят в число приоритетных проблем, привлекающих внимание научной общественности. Не случайно современный этап развития лингвистики характеризуется динамично растущим интересом к гендерным аспектам языка и коммуникации. При этом всестороннего внимания заслуживают материалы СМИ, играющие важную роль в отображении текущей картины мира и формирующие общественное мнение.

Примечательно, что само понятие «гендер», или «социокультурный» пол, не является лингвистической категорией. Однако его содержание в определенной степени может быть выявлено через анализ структур языка, что и обуславливает востребованность лингвистической компетенции для изучения культурной репрезентации пола. В центре внимания данной статьи – языковые средства репрезентации гендера в образе женщины-политика в англоязычных СМИ на примере Кристин Лагард – бывшего министра финансов Франции, возглавившей летом 2011 г.

Международный валютный фонд. Материалом для исследования послужил целый ряд публикаций, отобранных из электронных версий печатных британских и американских изданий «The Guardian», «The Independent», «The Mail», «Forbs», «The Telegraph» за 2011 г.

Как правило, конструирование гендера неотделимо от акцентуации различий и изначально предполагает оппозицию мужского и женского, мужественности и немужественности, или перфорацию конкурирующих типов фемининности (маскулинности) [1, с. 113]. В сознании носителей разных языков и культур мужественность и женственность осмысляются не всегда одинаково и ассоциируются с определенными тематическими областями картины мира. Иными словами, социокультурный пол в языке «конституируется фрагментом гендерно-маркированного знания, репрезентирующего так называемые гендерные стереотипы» [2, с. 47]. При этом под стереотипами понимаются устойчивые представления о предмете или явлении действительности, обладающие выраженной эмоционально-оценочной окраской, детерминированной социально-культурными факторами [3, с. 196]. Гендерные стереотипы определяют

ся лингвистами как «культурно и социально обусловленные мнения о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражение в языке» [4, с. 227].

Согласно современным культурологическим исследованиям, традиционная сфера мужского по-прежнему связана с публичностью, участием в общественной жизни, в то время как сфера женского ассоциируется с приватностью, семьей, домом, воспитанием детей. Мужскими являются характеристики, соотносимые с позициями власти и управления – стремление к лидерству, амбициозность, ответственность, объективность, сила, реализм, умение принимать решения. Параллельно отмечается, что, говоря о содержании гендерных стереотипов, нельзя не принимать во внимание какие-либо другие статусные характеристики личности, так как «женщины вообще» и «мужчины вообще» не существуют [5]. Такое замечание, безусловно, справедливо.

Маскулинизация образа женщины-политика в связи с этим становится явлением закономерным. Вместе с тем современные англоязычные медиатексты демонстрируют и обратную тенденцию. Большинство материалов, освещающих образ женщины-политика, сохраняют гендерную маркированность, что в последнее время особенно ярко выражено на примере языковой репрезентации политического имиджа Кристин Лагард. Важным средством репрезентации является именование, способное имплицировать отношение говорящего к объекту речи. Англоязычные СМИ позиционируют Лагард как «the only woman finance minister in the G8», «the first female director of the International Monetary Fund», «the first woman to take the helm of the IMF», «a dominatrix who whips bankers», «a mother of two». Как видим, здесь фигурируют гендерно-маркированные существительные *woman, female, dominatrix, mother*. Одни из них употреблены по принципу дополнительной лексикализации, другие (*dominatrix*) в обозначенном контексте имеют выраженный оттенок ироничности. Тем самым достигается реализация гендерного аспекта концептуальной оппозиции «СВОЙ – ЧУЖОЙ», поскольку политика продолжает восприниматься общественным сознанием как «неженское дело».

Цитируя бывшего коллегу Лагард по министерству финансов, автор статьи «Is this the world's sexiest woman (and the most powerful)?», опубликованной в газете «The Guardian», пишет: «Law, French politics and international finance are still some of the professions most weighted against women: fewer than 20 % of French MPs are female. «For a woman at this level it's probably more difficult than for a man,» says Bruno Silvestre, Lagarde's spokesman at the finance ministry. «Christine has to be as good as a man, which probably means better than a man» [6, 17.07.2011]. Этот и другие подобные

примеры очень хорошо иллюстрируют наблюдение американского лингвиста Деборы Таннен, сделанное еще в 90-е гг. прошлого века: «Путь к власти тернист для женщин» [7, с. 440]. По словам самой Лагард, одной из ее главных трудностей было совмещение работы и воспитания детей. «The balancing act is very hard. I had to accept that I could not be successful at everything. You draw up priorities, and you accept a lot of guilt», – приводит ее слова «The Guardian» [6, 14.01.2011].

Характерно, что, конструируя гендер на примере репрезентации Лагард, журналисты часто используют прямые и косвенные цитаты из речи политика. Так, «The Independent» пишет: «Christine Lagarde believes that women in high places are essential. Men, left to themselves, will usually make a mess of things» [8, 07.02.2011]. В связи с этим показательно, что некоторые издания подчеркивают ее аккуратность: «Her desk is enormous, but papers are stacked neatly: everything is in order, like the perfectly groomed Lagard herself» [6, 14.01.2011].

Давая оценку политической деятельности Лагард, СМИ, как правило, используют положительно-окрашенную лексику. Релевантные качества сильного политика в ее языковом образе вербализируются посредством существительных *competence, experience, independence, intellect, self-control, stamina, wits*, а также прилагательных *confident, hard-working, intelligent, loyal, serious*. Особых комментариев прессы удостоен ее интеллект. Именно к этому традиционно мужскому качеству обращается «The Daily Mail», изображая Лагард как достойного соперника ее коллег-мужчин: «She values her femininity as much as she does the brain that has helped her outcompete so many men» [9, 01.07.2011]. С другой стороны, положительная оценка ее политического имиджа нередко выражена лексемами *elegant, beautiful, warm* и даже *chic*, которые применительно к мужчине звучат неуместно.

Высказывания самой Лагард относительно гендерных различий политического стиля не отличаются последовательностью. Формально она отказывается разграничивать мужской и женский подходы к власти, но параллельно отмечает женскую любознательность, отзывчивость, заботливость, умение выслушивать, противопоставляя эти качества агрессии и жадности политиков-мужчин: «I hate to say there are female or male ways of dealing with power, because I think each of us has a male and female part. But based on my own experience, women will tend to be inclusive, to reach out more, to care a little more» [8, 07.02.2011]; «Lagarde has described listening as a female virtue...» [6, 17.07.2011]; «The 2008 financial collapse was, at least in part, she says, driven by the aggressive, greedy, testosterone-fuelled mood of mail-dominated, hi-tech trading rooms» [8, 07.02.2011].

Оппозиция мужское/женское в создании языкового имиджа Кристины Лагард фигурирует на уровне текста и на уровне заголовка. Так, газета «The Independent» выносит в заголовок одно из феминистских высказываний политика, содержащее гендерно-маркированную метонимию: «Christine Lagarde: There should never be too much testosterone in one room» [8, 07.02.2011]. Заголовок статьи другого британского издания сравнивает Лагард с Коко Шанель, имя которой может вызвать у реципиента целую палитру ассоциаций: «Christine Lagarde: the Coco Chanel of world finance could save Sarko» [10, 26.05.2011]. Коко Шанель была не только соотечественницей француженки Лагард, но и известным дизайнером, чей стиль, вдохновленный мужской модой, и следование дорогой простоте в создаваемой одежде снискали ей мировую славу. Использование этого маркера подчеркивает гендерную идентичность Лагард, безупречный вкус, стильность ее гардероба и, на первый взгляд, имеет положительную коннотацию. Однако в данном лексическом окружении его нельзя расценивать как безоговорочный комплимент. Семантика словосочетания «Coco Chanel of world finance», а также его соседство с антропонимом Sarko (Николя Саркози) до определенной степени тривиализирует образы обоих политиков, придавая им оттенок ироничности.

Согласно некоторым новейшим исследованиям, внешняя привлекательность женщин-политиков не акцентируется прессой в силу стереотипных ассоциаций с недостатком интеллекта [11, с. 16]. Языковой имидж Кристины Лагард создает скорее обратное впечатление, что ни в коей мере не ставит под сомнение предыдущие выводы и лишь в известной степени уточняет их посредством наглядной перфорации моделей фемининности, существующих в андроцентричной политической среде и транслируемых англоязычными СМИ. Лексические единицы, относящиеся к внешности, одежде, манере поведения в языковой репрезентации Лагард, действительно, демонстрируют высокую частотность. В их корпусе можно выделить несколько тематических групп: 1) лексика, характеризующая отдельные детали внешности; 2) лексика, характеризующая гардероб; 3) лексика, относящаяся к внешнему облику в целом и дающая его обобщенную оценку.

Обсуждая особенности фигуры Лагард, журналисты часто отмечают стройность и высокий рост, вербализуя их прилагательными *slim*, *tall*, а также сочетаниями, в состав которых входит числительное или его цифровой эквивалент («still a size eight», «6 ft-tall»), отражающие конкретные «параметры» обладательницы. Также уделяется внимание ее глазам («widely spaced green eyes»), прическе, цвету волос, для характеристики которого, как правило, используется эпитет *silver* (silver-haired, a short silver do, a

silver bob). Некоторые издания делают комплимент плечам («nice shoulders») и даже зубам политика, параллельно отмечая чрезмерную загорелость ее лица: «What lovely teeth she has – straight and white, they gleam out of a permanently, almost alarmingly, tanned face» [6, 17.07.2011].

Лексико-тематическая группа «одежда – аксессуары» в языковом имидже Лагард эксплицируется уже на уровне заголовков. Помимо обсуждавшегося сравнения с Коко Шанель, фигурирующего в одном из выпусков «The Telegraph», наиболее выразительные заголовки можно найти в американском журнале «Forbes»: «Christine Lagarde's Power Dressing» [12, 25.08.2011]; «The New IMF Leader And The Leather Pants» [12, 28.06.2011]. На уровне текста пресса детально обсуждает многочисленные костюмы (suits) Лагард, ее пиджаки (jackets). От внимания СМИ не ускользают такие традиционные аксессуары ее дамского гардероба, как браслеты (bracelets), броши (brooches), жемчужные нити (strings of pearls), шелковые шарфики (scarves), модные сумочки (bags). При этом авторы публикаций используют широкий спектр оценочных и дескриптивных прилагательных: *awe-inspiring* (suits), *bold abstract* (prints), *crimson*, *jade*, *pink* (scarves), *jazzy* (bracelets), *power* (dressing), *rich* (outfits), *silk* (scarves), *sleek* (suits), *vivid* (colours), *wide white* (cuffs/lapels) и т.д.

Пристрастие Лагард к дорогим мировым брендам вызывает неоднозначные комментарии в прессе. Она считается образцом стиля («style icon»), что позволяет противопоставить ее женщинам-коллегам: «Unlike the boxy models favored by powerful American women like Hillary Clinton or Nancy Pelosi, Lagarde's are sleek and slim. They allow her a freedom of movement that makes her look perpetually at ease» [12, 25.08.2011]. По мнению «Forbes», одежда помогает Лагард самоутвердиться в мужском мире политики, подчеркнуть свою индивидуальность и уверенность, столь необходимую для решения сложных задач, связанных с финансовым кризисом: «... Lagarde's elegance is, if not essential, at least an asset in the male-dominated world finance ... she uses style to assert her individuality and dominance amid a sea of suits» [12, 25.08.2011]. Вместе с тем демонстрация роскоши вызывает раздражение. Тот же «Forbes» пишет: «The French Socialist Laurent Fabius dismissed Lagarde for being too «elegant». And the newspaper Libération called her «an upper class woman cut off from common people and more preoccupied with her look than their welfare...». Public figures are not supposed to flaunt their wealth... But Lagarde has ignored her critics and continued sporting her Hermes Kelly bag and Chanel tweeds» [Ibid].

Дальнейшие комментарии «Forbes» подчеркивают гендерную идентичность Лагард, противопоставляя ее, с одной стороны, поведению других женщин-

политиков, с другой – традиционным представлением о маскулинности: «Lagarde uses scarves ...to set herself apart and to assert her power (she doesn't need to look like everyone else). It's the exact opposite of what most women in power do. Lagarde flaunts her big baubles and her pink scarves and uses these traditionally feminine accessories to communicate her authority. (And she wears her scarves with such French insouciance – casually knotted or thrown around her neck. So effortless! So cool!)» [12, 25.08.2011]. Использование здесь дерогативной лексики, в частности глагола *to flaunt* (кичиться, щеголять) и существительного *baubles* (побрякушки, безделушки), в определенной степени пейоризирует образ политика, но вместе с тем акцентирует ее индивидуальность, смелость, экстравагантность. К тому же модальность процитированного отрывка не оставляет сомнений в том, что автору публикации эти качества импонируют.

Характеризуя поведение главы МВФ, англоязычная пресса отчасти сохраняет двойную оппозицию. Например, «The Guardian» пишет, что в отличие от других французов, сделавших политическую карьеру, у Лагард нет кокетства [6, 17.07.2011]. «She doesn't flirt, – продолжает издание, – but, she does use her femininity, and she's on kissing terms with many more people than the average French minister» [Ibid.]. Умение Лагард использовать свою фемининность здесь противопоставлено женскому флирту, дискредитирующему авторитет и компетентность политика. С другой стороны, подчеркивается, что умелое использование женственности позволяет Лагард легче сближаться с людьми, чем ее коллеге–мужчине.

Общее впечатление, производимое главой МВФ, и ее внешний облик в англоязычных СМИ выражены прилагательными с яркой оценочной семантикой (*beautiful, distinguished, elegant, stunning, upstanding*), глаголами (*charms, radiates*), глагольными сочетаниями (*radiates charm, oozes respect*). Отношение к ней вербализуется глаголом *to admire* (восхищаться), существительными *admiration* (восхищение), *veneration* (почитание), *worship* (поклонение).

В целом анализ публикаций приводит нас к неоднозначным выводам. С одной стороны, в языковой репрезентации Кристин Лагард гендерный аспект выступает достаточно рельефно. Несмотря на пропагандируемые на Западе ценности толерантности и политкорректности, англоязычная пресса не спешит отказываться от традиционной оппозиции мужское/женское. В осмыслении образа женщины-политика эта оппозиция проявляется имплицитно или эксплицитно, часто являясь ключевой. Она обнаруживает себя при именовании, акценте на внешности, физической привлекательности, поведении и особенно наряды Лагард.

Другое важное наблюдение заключается в том, что гендерные стереотипы далеко не всегда принимают значимость женщины как эффективного руководителя. Это очевидно на примере транслируемых СМИ высказываний самого политика, которая ассоциирует мужчину с агрессией, женщину – с заботливостью и отзывчивостью.

Еще Д. Таннен обозначила дилемму, перед которой оказываются женщины, стремящиеся к политической карьере. Если они выстраивают свое поведение в ожидаемой от женщин манере, то рискуют приобрести репутацию слабых руководителей, и, напротив, если позиционируют себя по-мужски, их воспринимают как неполноценных женщин [7, с. 440–443]. Принимая во внимание мнение американского лингвиста, мы считаем правомерным предположить, что сбалансированное сочетание фемининности и маскулинности в политическом имидже Кристин Лагард придает ему некоторые харизматические черты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гриценко Е. С. Женщины и женственность в американском предвыборном дискурсе / Е. С. Гриценко // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер. 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2009. – № 3. – С. 112–123.
2. Серова И. Г. Гендер как новая область знаний / И. Г. Серова // Типы знаний и их репрезентация в языке : сб. науч. тр. / отв. ред. Н. Н. Болдырев. – Тамбов : Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2007. – С. 45–54.
3. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов : (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т. Г. Добросклонская. – 2-е изд., стер. – М. : Едиториал УРСС, 2005. – 288 с.
4. Кириллина А. В. Гендерные исследования в лингвистике и коммуникации / А. В. Кириллина. – М. : Рос. полит. энциклопедия (РОССПЭН), 2004. – 252 с.
5. Рябова Т. Б. Стереотипы и стереотипизация как проблема гендерных исследований / Т. Б. Рябова // Личность. Культура. Общество. – 2003. – Т. 5. – Вып. 1–2 (15–16). – С. 120–139.
6. The Guardian. – Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>
7. Таннен Д. Ты просто меня не понимаешь : женщины и мужчины в диалоге / Д. Таннен // Гендер и язык / Моск. гос. лингвистический ун-т ; Лаборатория гендерных исслед. – М. : Языки славянской культуры, 2005. – С. 235 – 510.
8. The Independent. – Режим доступа: <http://www.independent.co.uk>
9. The Daily Mail. – Режим доступа: <http://www.dailymail.co.uk>
10. The Telegraph. – Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk>
11. Шустова И. Н. Роль аксиологической лексики в формировании имиджа англоязычных политических

деятелей : автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. Н. Шустова. – Воронеж, 2012. – 21 с.

12. Forbes. – Режим доступа: <http://www.forbes.com>

Воронежский государственный университет

Никитина С. В., кандидат филологических наук, доцент кафедры теории перевода и межкультурной коммуникации

E-mail: tpmk@rgph.vsu.ru

Тел.: 8(473)222-73-62

Voronezh State University

Nikitina S. V., Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Translation and Intercultural Communication Department

E-mail: tpmk@rgph.vsu.ru

Тел.: 8(473)222-73-62

Воронежская государственная медицинская академия

Болдырева И. И., кандидат исторических наук, преподаватель кафедры философии и гуманитарной подготовки

E-mail: boldyrevairi@mail.ru

Тел.: 8(473) 252-47-38

Voronezh State Medical Academy

Boldyрева I. I., Candidate of Historical Sciences, Lecturer of the Philosophy and Humanities Department

E-mail: boldyrevairi@mail.ru

Тел.: 8(473)252-47-38