

## ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ЯЗЫКОВОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ОБРАЗОВ Х. КЛИНТОН И Д. ТРАМПА В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

М. А. Шаманская

*Иркутский государственный университет*

Поступила в редакцию 5 января 2017 г.

**Аннотация:** в статье предпринята попытка рассмотреть языковые средства репрезентации образов политиков, представленные в текстах немецкоязычной прессы, посвященных избирательной кампании в США в 2016 г. Подтверждена значимость гендерного аспекта в конструировании образа политика. Описывается оценочный потенциал выявленных гендерных стереотипов.

**Ключевые слова:** образ политика, медиадискурс, гендер, гендерный стереотип.

**Abstract:** the article analyzes linguistic means of representation of the images of politicians in the German mass media. Texts dealing with the election campaign in the USA in 2016 are used as the source of data. The importance of gender aspect in constructing of politicians' images is corroborated. The evaluative potential of the revealed gender stereotypes is described.

**Key words:** image of politician, media discourse, gender, gender stereotype.

В современных общественных условиях представления о политических процессах и фигурах в сознании людей в большой степени формируются средствами массовой информации. Только СМИ способны познакомить широкие массы населения с образом политика и они же влияют на восприятие этого образа целевой аудиторией, поскольку транслируют оценку личности политика и его деятельности (выраженную эксплицитно и имплицитно) [1, С. 7]. Языковые средства, с помощью которых политик репрезентируется в медийном дискурсе, выступают в этих условиях инструментом формирования общественного мнения.

В настоящей работе предпринимается попытка исследования того, каким образом в текстах немецкоязычных СМИ представлены образы главных кандидатов на пост президента США, соперничавших друг с другом в избирательной кампании 2016 г. Несмотря на то что для Германии выборы президента США не являются фактом внутренней политики, речь идет о кандидате на одну из наиболее влиятельных позиций в мире, что обуславливает пристальное внимание к избирательному процессу со стороны журналистов.

Настоящее исследование сосредоточено на рассмотрении языковых средств, репрезентирующих гендерный фактор в названной избирательной кампании. Мы исходим из того, что гендерная идентичность является одной из важнейших характеристик личности [2], и ее тематизация может являться одним из приемов конструирования образа публичного лица. Это особенно существенно с учетом того факта, что

в предвыборной борьбе в США 2016 г. в качестве основных соперников участвовали мужчина и женщина, Д. Трамп и Х. Клинтон. Мы пытаемся выявить, насколько значим гендерный аспект в описании соперничества двух кандидатов, с помощью каких языковых средств репрезентирован их пол, имеют ли место в этом описании гендерные стереотипы и на формирование каких оценок направлено их использование. Под гендерными стереотипами понимаются «культурно и социально обусловленные мнения о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов» [3].

Материалом для настоящей работы послужили публикации в электронном издании Spiegel online [4], посвященные выборам президента США, изданные с сентября по ноябрь 2016 г. Названный временной промежуток был решающим периодом в избирательной кампании кандидатов на пост президента США. В это время политическая дискуссия приобрела особую остроту, проходили телевизионные дебаты кандидатов, состоялось голосование избирателей. Все события избирательной кампании находили немедленное отражение в немецкоязычном издании.

Путем сплошной выборки были отобраны тексты публикаций, в которых тематизируется пол кандидатов Д. Трампа и Х. Клинтон и их сторонников или характеризуется их отношение к гендерным ролям и отношениям в обществе. Количество отобранных за названный период текстов, соответствующих названным условиям, составляет 42, что свидетельствует о большой значимости гендерного аспекта в репрезентации этой предвыборной кампании в медийном дискурсе. В отдельных публикациях гендер представлен как ее наиболее важный фактор, а выбор избира-

телей между кандидатами от республиканской и демократической партий сводится к выбору между мужчиной и женщиной: *Rein objektiv betrachtet wird es vor allem eine Entscheidung zwischen Mann und Frau* (Schützenhilfe aus dem Puff: Prostituierte kämpfen für Frau Clinton, 08.11.2016).

Подобное преувеличение значимости гендерного фактора может привести к упрощению, «тривиализации» [5, S. 17] предвыборного процесса: *Es wäre cool, wenn ein Mädchen Präsidentin wäre* (Vater-Tochter-Streit zur US-Wahl: «Dad, warum wählst du Trump?», 08.11.2016). В данном случае автор статьи пишет о восприятии предвыборной кампании детьми. Таким образом, использование лексемы *Mädchen* (девочка) оправдано контекстом, однако оно не столь однозначно, учитывая тот факт, что статья опубликована в одном из наиболее авторитетных информационно-политических немецкоязычных изданий и предназначена читателям сознательного возраста. Выбор этого слова контрастирует как с серьезностью обсуждаемого политического процесса, так и с образом кандидата Х. Клинтон как влиятельного политика.

Следует отметить, что в проанализированных текстах соблюдается принцип политической корректности при наименовании как кандидатов, так и избирателей. Так, для обозначения половой принадлежности референта употребляются слова женского рода: *Wählerinnen und Wähler, Kandidatin, Politikerin, Kontrahentin, Beraterin, Milliardärin* либо определения: *weibliche Wähler*. В заголовках отобранных нами статей кандидаты чаще всего называются по фамилии: *Trump gegen Clinton: Die Patzer* (27.09.2016). Фамилия Трамп в рассмотренных заголовках упоминается 21 раз, Клинтон – 15. Также 4 раза встречается сочетание имени и фамилии *Donald Trump*, и 1 раз кандидат называется только по имени: *US-Präsidentenskandidatin: Mensch Hillary* (10.09.2016). Такая практика именования кандидатов мужского и женского пола по фамилии представляет их как равноправных участников политического процесса. На этом фоне гендерно-маркированным выглядит подчеркивающее пол кандидата использование этикетного слова *Frau*: *Schützenhilfe aus dem Puff: Prostituierte kämpfen für Frau Clinton* (08.11.2016). Контекст этого заголовка позволяет сделать вывод об ироническом отношении автора. Помимо обозначения пола, функцией слова *Frau* является выражение вежливости, что контрастирует с неоднозначным наименованием профессии поддерживающей Х. Клинтон группы избирателей (*Prostituierte*).

При анализе примеров обнаруживается стереотипность репрезентированных в них образов политиков. Так, рассуждая о факторах, препятствующих успеху Х. Клинтон, автор употребляет сочетание *Ein bestimmter Typ Frau*. Как следует из контекста, этот

тип женщины определяется через сравнение с мужчиной, и его признаком является агрессивность: *Allein, weil es vielen Menschen nicht passen würde, dass eine Frau ein so machtvolles Amt innehat. Ein bestimmter Typ Frau. Ein Mann, der sich aggressiv im Geschäftsleben und in der Politik durchsetzt, bewundernswert ist. Wenn eine Frau das macht, ist sie eine «bitch»* (US-Cartoonistin Ann Telnaes: «Wenn eine Frau das macht, ist sie eine bitch», 06.11.2016). Это тип женщины-карьеристки, ставящей успех в сфере своей деятельности превыше всего: *Die Wähler wissen, dass Clinton so ziemlich alles in ihrem Leben der Politik untergeordnet hat* (US-Präsidentenskandidatin: Mensch Hillary, 10.09.2016). Другими составляющими этого образа являются хладнокровие, уверенность (авторитарность) и эффективность действий: *Sie tritt sehr bestimmt auf, autoritär zuweilen. Clinton ist an diesem Abend Clinton pur: die kühle Strategin. Das ist nicht sympathisch, aber äußerst effektiv* (Letztes Wahlkampf-Duell gegen Clinton: Trump debattiert sich ins Abseits, 20.10.2016). Примечательно, что те качества, которыми автор объясняет успешность Х. Клинтон как профессионального политика, им же характеризуются как свойства, вызывающие антипатию части избирателей (*nicht sympathisch*).

Это обстоятельство можно объяснить конфликтом между представлениями о том, каким должен быть политик, и о том, какой должна быть женщина. В данном случае речь идет о свойстве гендерных стереотипов не только служить для объяснения поведения мужчин и женщин, но и выполнять регулятивную функцию, предписывая своим носителям оценку «правильности» и «неправильности» такого поведения [3]. Стереотипы влияют на формирование норм. Гендерный стереотип «мужчина рационален, женщина эмоциональна», как показывает анализ примеров, является весьма устойчивым и проявляет себя в восприятии предвыборной кампании кандидатов на пост президента США журналистами. Этот стереотип, трансформированный в гендерную норму, можно выразить следующим образом: «мужчина должен быть рациональным, женщина должна быть эмоциональной». Таким образом, качества успешного политика воспринимаются как «типично мужские», а недостаточное проявление женщиной-политиком «типично женских» качеств воспринимается как отступление от нормы и вызывает осуждение.

По мнению авторов, образ, предьявляемый Х. Клинтон избирателям, «чрезмерно совершенен», причем это совершенство – видимость: *die scheinbar überperfekte Hillary Clinton* (Donald Trumps Inszenierung: Mehr Herz als Verstand, 09.11.2016). Описывая ее выступление перед большой аудиторией, журналисты акцентируют внимание читателей на таких внешних чертах ее поведения, как неестественная

поза (*klassische Auftrittspose*) и эксцентричная мимика (*extreme Mimik*): *Hillary Clinton nimmt ihre klassische Auftrittspose ein und stellt sich den Kameras. Ihre Mimik ist noch extremer als sonst* (Clintons Zitter-Endspurt Wahlkrampf, 29.10.2016). Манера и содержание речи Х. Клинтон также характеризуются как искусственные (*gekünstelt*), что является помехой на ее пути к успеху (*Handicap*), как и отсутствие спонтанной эмоциональной реакции: *Nachteil dieser minutiösen Vorbereitung ist allerdings, dass ihre Antworten zuweilen gekünstelt und einstudiert wirkten. Ein Handicap, das sie nicht nur in diesem Wahlkampf verfolgt, sondern quasi ihre gesamte politische Karriere hindurch. Das wirkte aufgesetzt, als verberge sie ihre spontane Reaktion* (Trump gegen Clinton: Die Patzer, 27.09.2016).

Встречающиеся в проанализированных текстах образные сравнения и метафоры, относящиеся к образу Х. Клинтон, акцентируют исключительно качества, относящиеся к стереотипу хладнокровной деловой женщины. Так, в примере *Clinton als blasierete Eisfee* (US-Cartoonistin Ann Telnaes: «Wenn eine Frau das macht, ist sie eine bitch», 06.11.2016) эмоциональная холодность героини статьи подчеркивается сравнением со сказочным существом, усиленным оценочным эпитетом *blasiert*. В следующем примере отсутствие естественности (не исключаящее высокий профессионализм) выражено сравнением с роботом, т. е. механизмом: *Clinton wirkt mehr denn je wie ein Politik-Roboter* (Clintons Zitter-Endspurt Wahlkrampf, 29.10.2016). Метафорический эпитет *aseptisch* в следующем примере подчеркивает отличие кандидата Х. Клинтон от «обычных людей»: *Trump und seine intellektuell gestählte, aseptische Rivalin* (Trumps Niederlage in der TV-Debatte: Video killed the Twitter-Star, 28.09.2016). Таким образом, в текстах прессы транслируется представление о кандидате Х. Клинтон как о женщине, лишенной человечности, интеллектуальной, но неестественной, «искусственной», «асептической».

Рассмотрим, как в следующем примере выражена мысль о замкнутости и неестественности кандидата Х. Клинтон: *Es sind schlicht Momente, in denen man das Gefühl bekommt, es sei ihre Lieblingsbeschäftigung, sich in ihren Clinton-Kokon zurückzuziehen und vor den Augen der Nation ein Rollenspiel aufzuführen. Die künstliche Kandidatin. Was man eigentlich vermeiden will: die Unnatürlichkeit* (US-Wahlkampf: Die Clinton-Attitüde, 01.11.2016). Метафоры «замкнутость – кокон» и «участие в мероприятиях предвыборной кампании – исполнение роли» подкрепляются метафорическим эпитетом (*künstliche Kandidatin*), после чего автор закрепляет эффект, произведенный ими на читателя, прямо называя качество, осуждаемое им в Х. Клинтон (*Unnatürlichkeit*).

Оппонент Х. Клинтон в анализируемых публикациях изображается как выразитель интересов представителей доминирующих в американском обществе пола и расы. Избиратели, поддерживающие Д. Трампа, представлены стереотипно: *Frustriert, männlich, weiß – so sieht angeblich der typische Trump-Wähler aus* (Es waren nicht nur alte, weiße Männer, 12.11.2016). Словосочетание *weiße Männer* как наименование избирателей, поддерживающих Д. Трампа, встречается в выбранных нами текстах 17 раз, в том числе в сочетании с уточняющими определениями: *weiße, alte (ältere) Männer; das Bild vom frustrierten, alten, weißen Mann; wütende junge weiße Männer; junge glattrasierte weiße Männer; wilde weiße Männer mit großen Bäuchen*. Таким образом, конструируется наглядный (*glattrasiert, mit großen Bäuchen*) образ белого мужчины, причем возрастной признак этого образа подвержен варьированию (*alt, jung*), а характерная составляющая – агрессивность (*frustriert, wütend, wild*). В гиперболизированном виде агрессивность представлена в милитаристской метафоре: *Donald Trump hat eine Armee wütender Männer mobilisiert... Dieses Land befindet sich in einem stillen Bürgerkrieg* (Trumps Amerika: Der Bürgerkrieg des weißen Mannes, 09.11.2016). Примечательно, что в тексте процитированной статьи женщины, поддерживающие Д. Трампа, репрезентированы не как самостоятельные личности, но как атрибуты мужчин, сопоставляемые с особенностями их внешности: *es waren wilde weiße Männer mit großen Bäuchen und den dazugehörigen Frauen* (ibid.).

Одним из наиболее распространенных аргументов противников Д. Трампа является утверждение о его некорректном отношении к женщинам, проявляющемся в вербальном и невербальном поведении. В проанализированных публикациях в контексте, связанном с Д. Трампом, 11 раз употребляется слово *Sexist* и его производные: *der Sexist Trump, Trump als unverbesserlicher Sexist, Trumps sexistische Äußerungen, sexistische Beleidigungen, sexistisches Verhalten, sein Sexismus ist Thema in allen großen Sendern*. Другие лексемы, характеризующие отношение Д. Трампа к женщинам, – *frauenverachtend* (2 упоминания) и *Frauenfeindlichkeit* (2 упоминания).

Характеризуя его высказывания по отношению к женщинам, авторы используют негативно-оценочную лексику: *Trump sagte garstige Dinge; sprach über Frauen krass und brachial; machte abfällige Bemerkungen über Frauen; herabwürdigte Frauen als willige Sexobjekte*. Метафора *der verbale Frauenschläger* (Frauen für Trump: Das Ende des Feminismus, 14.11.2016) представляет образ человека, чья вербальная агрессия почти равнозначна проявлению физического насилия.

Помимо вербального поведения кандидата Д. Трампа, в рассматриваемых публикациях темати-

зируются его действия. Так, упоминается дискриминация женщин: *Ein Anwalt Trumps bestritt, dass in dem Klub im kalifornischen Rancho Palos weibliche Angestellte diskriminiert worden seien* (Unterstützung für Clinton: Konservative US-Zeitung erhält Morddrohung, 30.09.2016), а также нападения (*Übergriffe*) сексуального характера на женщин: *Als Donald Trump mit sexuellen Übergriffen auf Frauen prahlte* (Trump-Skandalvideo: Billy Bush verlässt NBC mit hoher Abfindung, 18.10.2016).

Обвинения Д. Трампа в сексизме призваны вызвать негативное отношение к нему со стороны читателей, поскольку дискриминация женщин в современном обществе подвергается осуждению. При этом подразумевается, что женщины – категория населения, нуждающаяся в защите. Так, перечисляя социальные группы, по отношению к которым кандидат Д. Трамп позволил себе некорректные высказывания, автор объединяет женщин, людей с ограниченными возможностями и иностранцев: *Ein Mann, der Ausländer, Frauen und Behinderte beleidigt* (Donald Trump triumphiert: Sieg des Zerstörers, 09.11.2016). В следующем примере Трамп характеризуется при помощи использования ряда оценочных наименований, среди которых не только «враг женщин», но и «человек, чуждый эстетике», «расист», «нувориш», «популист»: *Der Unästhet, der Frauenfeind, der Rassist, der Neureiche, der Populist Trump* (Donald Trumps Inszenierung: Mehr Herz als Verstand, 09.11.2016). Во всех примерах, в которых при характеристике убеждений Д. Трампа упоминается сексизм, фигурирует также расизм; в одном из случаев в комбинации с антисемитизмом: *Und seine Reaktion auf all das ist ernsthaft, seinen Frauenhass, Antisemitismus und Rassismus noch zu verdoppeln?* («Der Trumpismus wird nicht verschwinden», 07.11.2016).

Образ Д. Трампа, транслируемый в рассматриваемых статьях, соотносится со стереотипом мужчины, который можно обозначить словом «мачо». Действительно, при его характеристике употребляются производные от слова *Macho*: *Trump's Sexismus und Machogehabe, sein aggressiver Macho-Auftritt Trumps Machosprüche*. Мы полагаем, что в контексте общественно-политической дискуссии данную лексему можно рассматривать как негативно-оценочную, поскольку ее значение подразумевает неуважение по отношению к женщинам, агрессивность и грубость. Обнаружены примеры характеристики манеры поведения Д. Трампа как грубой (жесткой) и бесцеремонной: *Clinton attackiert er zeitweise brutal* (Zweites TV-Duell gegen Clinton: Trumps Psychokrieg, 10.10.2016); *Acht Jahre später gewinnt ein weißer, rücksichtsloser Immobilien-Tycoon* (Erklärungen für Trumps Sieg: Warum?, 10.11.2016).

Эта негативная оценка поддерживается и при помощи метафор и сравнений. При анализе текстов,

посвященных Д. Трампу, обнаружены зооморфные метафоры: *Gleichwohl sind selbst führende Politiker der «GOP» glühende Anhänger des Baulöwen* (Die unglaubliche Wucht des Populismus, 08.11.2016); *Er tigert umher, steht immer wieder bedrohlich hinter Clinton* (Zweites TV-Duell gegen Clinton: Trumps Psychokrieg, 10.10.2016). Языковая репрезентация кандидата в качестве крупного хищного животного акцентирует такие приписываемые ему качества, как агрессивность и опасность. Очень выразительны метафоры в следующем примере: *Die Debatte demaskierte Trump als egomanischen Kaiser ohne Kleider, als rassistischen Rattenfänger, der nur ein müdes Lied im Pfeifenrepertoire hat* (Trump's Niederlage in der TV-Debatte: Video killed the Twitter-Star, 28.09.2016). Негативная оценка выражена через ассоциацию героя статьи со сказочными персонажами: крысоловом и голым королем; причем монархическая метафора усилена заменой слова *König* на *Kaiser*. Еще более сильный эффект этим метафорам придают оценочные эпитеты *egomanisch* и *rassistisch*.

При анализе текстов, посвященных Д. Трампу, обнаруживается еще один стереотипный образ – образ главы и защитника семьи. Авторы отмечают, что Д. Трамп эксплуатирует этот образ, но не является его истинным воплощением: *Teile seiner Anhänger dürften gesellschaftliche Modernisierung als Bedrohung empfunden und in Trump einen vermeintlichen Bewahrer traditioneller Rollenbilder gesehen haben* (Erklärungen für Trumps Sieg: Warum?, 10.11.2016); *Der mehrfach geschiedene Trump sei sicher kein glaubwürdiger Vertreter eines traditionellen Familienbilds* (Nach Patzer beim TV-Duell: Trump plant schon den nächsten Angriff, 28.09.2016). Так же критике подвергается поддерживаемый сторонниками Д. Трампа стереотипный образ «сильного мужчины». Отмечается, что политик является самозванным (*selbst ernannt*) носителем этого образа: *Für einen selbst ernannten starken Mann wie ihn sind das harte Tage* (Trump in der Krise: Der einsame, wütende Kandidat, 21.10.2016). Утверждается, что он проявляет чрезмерную эмоциональность, т. е. качество, традиционно приписываемое женщинам: *Seine größte Schwäche – sein Temperament – steht erneut voll im Mittelpunkt* (Zweites TV-Duell gegen Clinton: Trumps Psychokrieg, 10.10.2016). Д. Трамп называется «визгливым крикуном», что создает образ, далекий от стереотипа мужественности: *Hillary Clinton gegen den schrillen Motzke Donald Trump* (US-Präsidentenskandidatin: Mensch Hillary, 10.09.2016).

В следующем примере автор утверждает, что Д. Трамп не соответствует стереотипу мужественности, используя таким образом представления читателей о «мужских» качествах для дискредитации кандидата: *Je näher der Wahltermin rückt, desto mehr tritt bei Donald Trump sein Hang zur Wehleidigkeit her-*

vor: *Wie bei allen narzisstischen Charakteren liegen Größenwahn und Selbstmitleid nahe beieinander. Wer Kinder hat, der kennt das Verhalten. Es zeichnet Kinder aus, dass sie mit ihren Gefühlen bei Zurückweisung oder fehlender Beachtung noch nicht umgehen können. Wenn man sich einmal an den Gedanken gewöhnt hat, dass Trump, was die emotionale Reife angeht, auf dem Stand eines Fünffährigen ist, versteht man viele Verhaltensweisen* (Narzissmus und Politik: Heulsusen-Alarm, 24.10.2016). Здесь помимо нарциссизма (*narzisstischer Charakter*) и мании величия (*Größenwahn*) Д. Трампу приписываются такие качества, как обидчивость (*Wehleidigkeit*) и склонность жалеть себя (*Selbstmitleid*), т. е. недостаток силы как свойства «мужского характера». Развернутое сравнение политика с пятилетним ребенком не только утверждает мысль о его эмоциональной незрелости (*emotionale Reife*), но и нивелирует его мужественность, так как в социальном плане женщины и дети противопоставляются мужчинам. Используемое в заголовке слово *Heulsuse* (плакса) содержит компонент *Suse*, производный от женского имени. Хотя слово применимо по отношению к представителям обоих полов, его внутренняя форма вызывает у читателей гендерно маркированные ассоциации, обуславливающие негативную оценку.

Исследование гендерного аспекта репрезентации образов участников избирательной кампании в США 2016 г. в немецкоязычном медиадискурсе позволяет сделать следующие выводы.

Гендер является важной составляющей образов политиков, транслируемых немецкоязычной прессой. При формальном соблюдении принципа политической корректности в наименовании как кандидатов, так и избирателей, журналисты используют разнообразные языковые средства, акцентирующие тот факт, что соперниками в предвыборной борьбе являлись люди разного пола. В отдельных случаях это приводит к тривиализации предвыборного процесса в текстах, представляющих пол кандидатов как важнейший фактор выбора между ними.

Анализ языкового материала показал, что стереотипность является характерной особенностью образов как самих кандидатов, так и их сторонников. Х. Клинтон репрезентируется как представитель типа «деловая женщина». Отмечается сближение характеристик этого стереотипа со стереотипными «мужскими» качествами: агрессивностью и рациональностью. Эти характеристики имплицитно противопоставля-

ются стереотипно «женскому» качеству – эмоциональности, и то, что в данном случае они приписываются женщине, воспринимается как отклонение от гендерной нормы. При описании манеры поведения женщины-политика используются сравнения и метафоры технического характера, призванные подчеркнуть ее неестественность. В рассматриваемых текстах неоднократно выражается представление о неестественности и неискренности Х. Клинтон.

Более разнообразны стратегии использования гендерных стереотипов в репрезентации образа Д. Трампа. Так, кандидат-мужчина представлен как «мачо», соответственно, ему приписываются стереотипные качества, ассоциируемые с преувеличенной мужественностью: агрессивность и грубость. Зооморфные метафоры, используемые в текстах о Д. Трампе, также акцентируют эти характеристики. Неуважительное отношение к женщинам, склонность к их дискриминации, сексизм также принадлежат к этому стереотипу, несущему негативную оценку. В то же время в ряде текстов выражается мысль о несоответствии Д. Трампа положительному стереотипному образу «сильного мужчины», главы семьи. В этом случае кандидату приписываются эмоциональность, обидчивость, несдержанность в речи.

Таким образом, выражение гендерных стереотипов в рассмотренных текстах направлено на формирование негативной оценки личности политика как при утверждении стереотипа, так и при его отрицании.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Diermann M. Politikerinnen und Politiker in Boulevardmagazinen / M. Diermann. – Berlin : Wissenschaftlicher Verlag Berlin, 2010. – 157 S.*
2. *Радина Н. К. Гендерная идентичность / Н. К. Радина // Словарь гендерных терминов / под ред. А. А. Денисовой. – М. : Информация XXI век, 2002. – Режим доступа: <http://www.owl.ru/gender/020.htm>*
3. *Кирилина А. В. Гендерные стереотипы в языке / А. В. Кирилина // Словарь гендерных терминов / под ред. А. А. Денисовой. – М. : Информация XXI век, 2002. – Режим доступа: <http://www.owl.ru/gender/044.htm>*
4. *Spiegel online. – Mode of access: [http://www.spiegel.de/thema/us\\_praesidentschaftswahl\\_2016/](http://www.spiegel.de/thema/us_praesidentschaftswahl_2016/)*
5. *Gnädiger Ch. Politikerinnen in deutschen Printmedien. Vorurteile und Klischees in der Berichterstattung / Ch. Gnädiger. – Saarbrücken : VDM Verlag Dr. Müller, 2007. – 177 S.*

*Иркутский государственный университет  
Шаманская М. А., кандидат филологических наук,  
доцент кафедры романо-германской филологии  
E-mail: [mary-sch@yandex.ru](mailto:mary-sch@yandex.ru)  
Тел.: 8-902-546-01-67*

*Irkutsk State University  
Shamanskaya M. A., Candidate of Philology, Associate  
Professor, Department of the Roman and German Philology  
E-mail: [mary-sch@yandex.ru](mailto:mary-sch@yandex.ru)  
Tel.: 8-902-546-01-67*