

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра английского языка  
и методики его преподавания

**Языковые средства формирования образа женщины-политика в  
англоязычной прессе**

**АВТОРЕФЕРАТ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ**

студентки 3 курса 301 группы  
направления (специальности) 44.04.01 «Педагогическое образование»,  
профиль - «Иностранные языки в контексте в современной культуры»

факультета иностранных языков и лингводидактики  
Уполовниковой Анастасии Сергеевны

Научный руководитель  
доцент кафедры английского языка  
и методики его преподавания,  
канд. филол. наук, доцент \_\_\_\_\_ С.Е. Тупикова

Заведующий кафедрой  
английского языка и методики  
его преподавания,  
канд. пед. наук, доцент \_\_\_\_\_ Г.А. Никитина

Саратов 2019 год

**Введение.** Рубеж XX—XXI вв. стал свидетелем завидной активности супругов кандидатов в президентских кампаниях в США. Поскольку кандидатами, как правило, являются мужчины, то речь идет главным образом об их женах, которые получили титул «Первая леди». Если ранее Первая леди нередко была лишь сопровождающим лицом своего мужа — главы государства (или кандидата на этот пост) в поездках по стране в попытках завоевания симпатий электората, то теперь ее роль вышла далеко за пределы этих границ. До и после избрания супруга президента страны в США выполняет достаточно широкий спектр функциональных обязанностей: от укрепления авторитета и власти президента внутри страны — до поддержания позитивного образа страны на мировой арене.

Нет сомнения в том, что важнейшими факторами в определении места и степени влияния Первой леди являются индивидуальные черты ее личности и характер сложившихся взаимоотношений с супругом. Однако публичность этого влияния всегда зависит от господствующей в обществе тенденции к восприятию и реализации в стране принципов и политики гендерного равенства. Если в обществе реализуется политика гендерного равенства в условиях признания принципов гендерного баланса как общественного идеала, то в такой обстановке запрос на политическую роль со стороны Первой леди, несомненно, присутствует, что обусловит ее видимость и значимость в политической жизни страны. Иными словами, статус Первой леди в публичном пространстве можно сравнить с неким зеркальным отражением совокупного положения женщин в обществе в данный исторический момент. Современный институт Первой леди, интегральный элемент демократического устройства общества, превратился в существенную составляющую американской политической культуры.

В качестве объекта исследования выбрана Первая Леди США Мелания Трамп, так как она является одной из ярких политических фигур на мировой арене, и одной из самых обсуждаемых женщин-политиков в мире. Неоднозначное отношение СМИ к Первой Леди является хорошей почвой для

дискурсивных исследований с использованием методов массмедийного и политического дискурса. В настоящее время внимание лингвистов всё больше направлено на изучение проблемы актуализации антропологических образов в различных сферах дискурса. За последние десятилетия в дискурсивной лингвистике было рассмотрено и описано большое количество образов людей, как индивидуальных, так и собирательных. Помимо общих антропологических образов существуют и гендерно направленные исследования, т.е. посвящённые изучению мужских или женских образов на материале различных типов дискурса: художественного, бытового, делового, политического и др. В качестве темы настоящего исследования выбрана проблематика женского образа в медийном дискурсе. Под дискурсом, вслед за Г.Н. Манаенко в настоящей работе понимается общепринятый тип речевого поведения субъекта (субъектов) в сфере масс-медиа, детерминированный социально-историческими условиями, а также утвердившимися стереотипами организации и интерпретации текстов как компонентов, составляющих и отображающих его специфику.

**Актуальность** выбранной темы определяется недостаточной изученностью репрезентации образа женщины в СМИ, востребованностью изучения влияния женских образов на общественное сознание.

**Объект** исследования – медиадискурс англоязычных СМИ, представленных Интернет-изданиями.

**Предмет** исследования – языковые средства репрезентации образа женщины-политика в американской и британской газетной и журнальной прессе на примере первой леди США.

**Цель** исследования – выявить и охарактеризовать языковые средства репрезентации образа женщины-политика в американских и британских СМИ, формирующие гендерный стереотип данного образа.

Для достижения поставленной цели требуется выполнить следующие **задачи**:

1. Изучить типологию дискурса в отечественной лингвистике;

2. Описать основные стратегии и тактики, характеристики медийного дискурса;
3. Выделить основные сферы медиадискурса, репрезентирующие образ женщины-политика в английском языке;
4. Установить группу языковых средств, реализующих функцию воздействия в текстах американских и британских СМИ при формировании образа женщины-политика;
5. Описать прагматический потенциал установленных средств репрезентации образа женщины-политика в выделенных сферах медиадискурса;
6. Охарактеризовать специфику использования средств репрезентации образа женщины-политика в различных сферах американского и британского медиадискурса.

Для достижения поставленной цели в работе использовались такие *методы исследования*, как сбор и интерпретация фактического материала, метод непосредственного наблюдения, дискурс-анализ для выявления имплицитных смыслов, семантический анализ для объяснения оценочных компонентов высказываний, метод контекстуального анализа, сравнительный и сопоставительный методы, ассоциативный эксперимент для выявления структуры образа женщины в общественном сознании.

*Материалом* исследования послужили Интернет-издания англоязычных сайтов

URL <https://www.dailynews.com/>, <https://www.nytimes.com/>,  
<https://www.washingtonpost.com/>, <https://www.telegraph.co.uk/>,  
<http://edition.cnn.com>, <https://www.usatoday.com>, <http://nypost.com>,  
<https://www.theguardian.com/>, <https://www.cosmopolitan.com/>,  
<https://www.marieclaire.com/>, <https://www.vogue.com/>, <https://i-d.vice.com/>,  
<https://www.dazeddigital.com/> (дата обращения октябрь 2017 г. – декабрь 2018 г.).

*Методологической и теоретической базой* исследования являются

труды отечественных и зарубежных лингвистов в области теории дискурса (И.Р. Гальперин, В.И. Карасик, М.Л. Макаров, В.А. Митягина, А.В. Олянич, Е.И. Шейгал, Р. Водак, Т. ванДейк и др.), политической лингвистики (М.Р. Желтухина, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал, Н.А. Шведова и др.), теории воздействия (А.Н.Баранов, И.А. Стернин, Т.Г. Ришелье и др.), медиалингвистики (Т.Г. Добросклонская, В.З. Демьянков, С.И. Сметанина, Г.Я. Солганик и др.) и прагмалингвистики.

**Научная новизна** данного исследования заключается в описании и анализе языковой актуализации гендерного стереотипа женщины-политика, выделении языковых средств воздействия, формирующих данный стереотип в сознании читательской аудитории.

**Теоретическая значимость** работы состоит в уточнении понятия гендерного стереотипа и женского языкового образа, выделении сфер медиадискурса, в которых представлен данный образ. Материалы данной работы вносят вклад в медиалингвистику, теорию дискурса и теорию речевого воздействия.

**Практическая значимость** результатов обуславливается возможностью их использования в вузовских курсах лексикологии, стилистики английского языка, спецкурсах по лексической семантике, межкультурной коммуникации, на практических занятиях по английскому языку как иностранному, интерпретации текста, межкультурной коммуникации, деловому иностранному языку и речевому этикету, для решения прикладных задач политической риторики.

Основные положения исследования представлены в рамках Международной конференции «Языковые и культурные контакты в контексте развития гуманитарного образования в Саратовском государственном университете (лингвистический и лингводидактический аспекты)» в рамках Международного научного симпозиума, посвященного 100-летию гуманитарного образования в СГУ (25 октября 2017 г.).

Основные результаты исследования представлены в публикации:

Тупикова С.Е., Уполовникова А.С. Роль гендерных стереотипов в формировании образа первой леди США (на материале англоязычного медиадискурса). / С.Е. Тупикова, А.С. Уполовникова // Язык и мир изучаемого языка. сб. науч. ст. / [ред. совет: А.А. Зарайский, Е.А. Елина, Н.П. Тимофеева]. – Вып. 9. – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал). РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2018. Саратов, 2018. С. 117-121.

*Структура* работы определена задачами исследования, логикой раскрытия темы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

**Основное содержание работы.** В современном обществе огромную роль играет медиасреда, и в частности медийный дискурс. Под последним, основываясь на определении Н.Д. Арутюновой, мы понимаем связный «поликодовый» текст медийного интернет-пространства в совокупности с экстралингвистическими факторами [21, с. 136]; «дискурс медиaproстранства (в том числе дискурс прессы, радио, телевидения, интернет-общения)» [24, с. 404].

Медиадискурс является объектом пристального внимания лингвистов в последние годы в связи с тем, что именно он становится тем зеркалом, в котором оперативно и четко отражаются изменения, происходящие в языке, культуре и сознании людей.

В зависимости от жанрово-функциональных особенностей медийного пространства, в котором реализуется дискурс, выделяют следующие его типы: новостной, рекламный, промоционный (PR) дискурсы; информационный, аналитический, публицистический дискурсы; идентифицирующий, репрезентирующий, идеологический дискурсы и т.д.

Дискурс-анализ массмедиа позволяет описать и понять процессы создания, обмена и дифференциации смыслов в пространстве массовой коммуникации (например, что изображается в СМИ как нормальное, допустимое, приемлемое, а что – нет, и какими контекстуальными связями это обусловлено), иерархизации репрезентаций (например, как и почему

маркируются те или иные образы как более или менее привлекательные или как и в связи с чем определяется важность события), легитимации определенного опыта и практик (какие действия одобряются и как это осуществляется дискурсивно).

Дискурс массмедиа – это социально- когнитивный и социально-регулятивный механизм, непосредственно направленный как на социальное самопознание, так и на социальное конструирование, а также на объективацию и моделирование общественного сознания (объективированной в совокупности публично заявленных текстов рефлексии общества своей действительности и деятельности) и общественного мнения (оценочного суждения относительно социальной действительности и деятельности) посредством производства, тиражирования и регулярной доставки широкой аудитории социально значимых смыслов и оценок.

Образ женщины на пространстве политического дискурса представляет особый интерес, так как в данном случае он формируется в традиционно мужской политической среде, в результате чего объединяет в себе типично мужские и женские черты.

Анализ англоязычных публикаций показывает, что женщины-политики представлены в прессе иначе, чем мужчины. Имплицитная оценка, которая даётся через ряд моделей репрезентации гендерных стереотипов, в определённой степени принижает значимость женщины как самостоятельной личности, полноценного деятеля. Рисуя образ женщины-политика, журналисты, с одной стороны, опираются на определённые стандартизированные представления, с тем, чтобы воздействовать на более массовую аудиторию, а с другой - транслируют их через языковые средства читателю, закрепляя стереотипы в массовом сознании.

*Melania Trump made a rare speaking appearance. Melania Trump is being accused of plagiarism because paragraphs of her speech...closely mirror Michelle Obama's speech at the 2008 Democratic convention.*

Приведем еще пример: *In a rare appearance on the campaign trail - and her*

*first solo speech since the convention this summer - the wife of Republican presidential nominee Donald Trump discussed her vision for her role in the White House for the first time Thursday in suburban Philadelphia.*

Джулия Ортман (Julia Zorthian) в своей статье намеренно выбирает негативно-окрашенные слова (например, *rare – not widely known; not frequently used or experienced; occuring seldom; accuse – to say that you believe someone is guilty of a crime or of doing something bad; plagiarism - when someone uses another person’s words, ideas, or work and pretends they are their own*). Тем самым создается негативный образ Меланьи Трамп и придается более сильная эмоциональная окраска событию, заранее прогнозируя тот факт, что публичные выступления Меланьи Трамп не будут регулярными и не носят авторский характер.

The Washington Post фокусируется на отличиях Мелании Трамп от её предшественниц, обсуждая её нежелание запускать кампанию на выборах в Конгресс и объясняя это тем, что *«she isn’t a natural campaigner, and her role in her husband’s 2016 campaign was more limited than that of other candidates’ spouses»*. Официальный представитель Первой Леди дал такое объяснение отстранению от участия: *«Due to her schedule as a mother and first lady, especially with the holidays coming up, there are no plans for her to campaign at this time»*.

В этой же статье автор обозначает тенденцию на обыгрывании контраста между Президентом и Первой Леди: *«the media often parses the first lady’s words, looking for distinctions between the often-silent Melania Trump and her bombastic husband»*. Мелания Трамп названа отмалчивающейся, что добавляет её образу черты размытости и непредсказуемости. Об этом же говорит профессор политики Джениффер Лоулесс, высказывая свою точку зрения относительно Первой Леди Трамп: *«In some ways, she’s a wild card — we don’t know what she’s going to say or do»*.

Дискуссии о равнодушии Первой Леди к политическим вопросам



встречаются и на страницах Daily News (ноябрь 2017 г.): «*Melania Trump viewed her husband's entry into politics as "Donald's thing," not her thing*».

Приём противопоставления политики Мелании Трамп и Дональда Трампа можно встретить и в этой статье: «*her famously hard-hitting Be Best "programme". Something about cracking down on bullying, wasn't it? But wait, whose husband was it who, last Friday, as Melania was doing her Out of Africa cosplay tour, was telling the world that Dr Christine Blasey Ford had "made up" her sexual assault claims against Brett Kavanaugh and, on Tuesday, that the allegations were "brought about by people that are evil"? Take your time to think about it*». Разница в политических взглядах Президента и Первой Леди используется как приём для создания недоверия к политике Мелании и культивации подозрений о том, что её программа Be Best – фиктивная попытка оправдать свой пост Первой Леди США. Ту же самую функцию призван выполнить эпитет *baloney*, которым автор награждает программу миссис Трамп, подчёркивая, что Первая Леди дала всего восемь выступлений в 2017 г., что мизерно по сравнению с её предшественницами. Все эти приёмы направлены на создание образа бездействующей, некомпетентной Первой Леди, которая не хочет всерьёз заниматься политикой и нести ценность американскому народу. Таким образом, в газетной публицистике преобладает негативный образ Мелании Трамп. Она предстаёт легкомысленной, небрежной, безответственной и некомпетентной личностью.

Интервью, в котором Мелания называет себя «одной из самых преследуемых личностей в мире», подвергается осмеянию в журнале Cosmopolitan: «*During First Lady Melania Trump's recent visit to Africa, she sat down with ABC News to promote her "Be Best" cyberbullying campaign and to let everyone know she's "the most bullied person in the world." Wait. What?*». Название статьи говорит само за себя: в противовес словам Мелании автор называет по крайней мере 12 имён людей, которых считает более

преследуемыми, чем Меланию.

Невербальные реакции Мелании, в особенности, выражения лица, также обсуждаются в американских журналах. Пр., неподдельный ужас после рукопожатия с Президентом России Владимиром Путиным: «*a look of pure terror*». Выражения лица Первой Леди в целом характеризуются как нелепые: «*Another day, another awkward FLOTUS facial expression*».

Журнал *Vogue* продвигает несколько иное отношение к Первой Леди: «*First Lady Melania Trump is a woman of few public words, but she would like the country to know this: She watches whatever TV channel she wants*». Уже выражение *a woman of few public words* настраивает на уважительный и позитивный лад. Далее автор приводит несколько фактов в защиту права Первой Леди свободно смотреть любой телеканал, сводя ход мысли к заявлению о более глубокой и важной общественной проблеме: «*This is a point well taken—there is an overabundance of attention paid to trivial news, trolling, obsessing over crowd sizes*».

Положительный образ Меланьи Трамп в текстах американских СМИ создается за счет указания на ее достоинства, в частности, на владение четырьмя иностранными языками, или же подчеркиванием ее внешних данных. *Her native language is Slovenian but she also speaks four others: English, French, Serbian and German. This fluency could come in handy as it did for President Kennedy, whose wife spoke French and Spanish.* В данном примере репрезентации положительного образа способствует прием противопоставления с союзом «but», а также сравнения с союзом «as» в пользу имиджа Меланьи Трамп, учитывая крайне положительный образ Джеки Кеннеди среди соотечественников. *I see her going back to a Jackie Kennedy model of First Lady. She is not going to want to be in the public eye. Jackie Kennedy wanted to protect her children and herself. Melania will be like that, she won't like talking in public. But she will be expected to be front and center, not shy and retiring like Bess Truman in the 1940s. But Trump was hardly on the*

*campaign trail so what's to stop her from doing the unexpected as first lady?*

В рамках данного исследования был проведён ассоциативный эксперимент, в ходе которого 22 русскоязычным и 16 англоязычным участникам были представлены слова-стимулы, относящиеся к сфере характеристик женского образа. На каждый стимул респонденты должны были дать до 3 реакций. Полученные реакции анализировались, объединялись в группы, а затем проводился сравнительный анализ полученной системы реакций с материалом газетных публикаций.

Ассоциативный эксперимент выявил следующую структуру анализируемых образов: в структуре образа домохозяйки в русском массовом сознании преобладают положительные черты. Данный образ ассоциируется с лучшими человеческими и женскими качествами, которые входят в ядро образа.

Отдельное место в ядре занимают бытовые, социальные и коммуникативные качества и навыки, приписываемые домохозяйке. В образе женщины-политика, реконструированном на основе ассоциативного эксперимента, преобладают умственные, волевые и лидерские качества. На первый план выходят традиционно мужские качества, связанные с волевой сферой, и ассоциируемые с лидерскими качествами личности. Для образа светской львицы основополагающее значение имеет внешность и производимое на окружающих впечатление, в том числе и в основном на противоположный пол (мужчин). Душевные качества светской львицы по результатам эксперимента имеют преимущественно негативную окраску, при этом светская львица обладает развитыми коммуникативными качествами и имеет высокий социальный статус.

Заключение. В результате проведённого анализа образа Мелании Трамп были сделаны следующие выводы: образ Мелании Трамп на основе газетно-журнального материала предстаёт ярко негативным, основные дискурсивные

стратегии, используемые для создания такого образа – насмешка, ирония, критика. Образ Первой Леди репрезентируется как нескладная, несчастная, нелепо одевающаяся, не соблюдающая норм светского общества и приличия женщина. Она предстаёт легкомысленной, небрежной, безответственной и некомпетентной личностью. Во всех рассмотренных материалах подчёркивается недостаточная политическая активность Мелании: она склонна отмалчиваться, пропадать, её публичные выступления носят окказиональный и нерегулярный характер.

В образе женщины-политика, реконструированном на основе ассоциативного эксперимента, преобладают умственные, волевые и лидерские качества. На первый план выходят традиционно мужские качества, связанные с волевой сферой, и ассоциируемые с лидерскими качествами личности.

Для образа светской львицы основополагающее значение имеет внешность и производимое на окружающих впечатление, в том числе и в основном на противоположный пол (мужчин). Душевные качества светской львицы по результатам эксперимента имеют преимущественно негативную окраску, при этом светская львица обладает развитыми коммуникативными качествами и имеет высокий социальный статус.

На основе сопоставления реакций русско- и англоязычных респондентов можно говорить о том, что стимулы «женщина-политик» и «female politician» имеют много сходных черт, относящихся к блоку ЛИДЕРСКИЕ КАЧЕСТВА, при этом качества других блоков русскоязычной части не получены в качестве реакций от англоязычных респондентов. Сопоставительный анализ стимула «домохозяйка» и «housewife» позволяет сделать параллельные выводы: основные англоязычные реакции относятся к блоку КОММУНИКАТИВНЫЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА русскоязычной части. Реакции стимула «светская львица» и «secular-minded lady» имеют

мало общего: в англоязычной части полностью отсутствуют негативно окрашенные реакции, в изобилии представленные в русскоязычной части. Общей чертой англоязычных реакций можно считать отсутствие внешних качеств всех трёх заявленных стимулов.

В ходе сравнительного анализа реконструированных образов Мелании Трамп на основе газетно-журнального материала британской и американской прессы с образами домохозяйки, женщины-политика и светской львицы, реконструированными на основе ассоциативного эксперимента, установлено, что Мелания Трамп не характеризуется в британских и американских газетных и журнальных изданиях как женщина-политик. Черты, присущие образу Первой Леди США, в гораздо большей степени сближаются с образом светской львицы, о чём свидетельствует целый ряд качеств, характеризующих как внешний вид, так и душевные качества Мелании Трамп: непостоянность, лицемерность, стремление произвести впечатление через внешний вид и одежду, ухоженность и стильность.