

А. Д. Баранова, Е. А. Завадская

ОСОБЕННОСТИ ГЕНДЕРНОГО ДИСКУРСА В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАТЕКСТАХ

Тексты массовой информации или медиатексты являются сегодня одной из наиболее распространенных форм существования языка, а их совокупная протяженность намного превышает общий объем речи в других сферах деятельности.

В современных исследованиях речевой коммуникации наиболее абстрактное понимание дискурса связывают с использованием языка как общественной практики, которая участвует в формировании социального мира. В связи с этим вполне объясняется интерес к анализу дискурса представителей различных гуманитарных направлений.

На сегодняшний день всё большую популярность в лингвистике приобретает метод дискурс-анализа разных социальных сфер, в которых формируются системы знаний и значений, социальных отношений и идентичностей. Дискурс позволяет выявить тенденции развития общества, которые в неявном виде представлены в практике использования языка.

Гендерный дискурс или дискурс гендерного неравенства представляет собой способ символической организации мира в бинарных оппозициях, части которых ассоциируются с мужским и женским полами. Данная система деления основана на гендерной метафоризации, на переносе качеств, которые приписываются мужчинам и женщинам на нации, социальные группы, политические институты и другие социальные или природные феномены.

Дискурс гендерного неравенства позволяет показать механизмы использования гендерных образов, символов, метафор как оружие в современных медиатекстах. При помощи гендерного дискурса утверждаются и подтверждаются отношения неравенства и контроля.

Понимание дискурсивной практики базируется на восприятии ее как деятельности и социального опыта, данного в непосредственном наблюдении. Иначе говоря, **дискурсивная практика** – это предрасположенность членов общества вести себя сходным речевым образом в широком диапазоне ситуаций. Дискурсивные практики – динамические структуры. Они меняются в зависимости от социальных, экономических и культурных факторов.

Гендерные дискурсивные практики могут применяться во всех видах дискурса. Чаще всего они используются в политическом, рекламном и медийном дискурсах.

К политическому дискурсу относятся выступления политических деятелей, агитационные и пропагандистские материалы, а также использование политических аллюзий в выступлениях на неполитические темы. Гендерный дискурс может выступать:

- 1) оружием политической борьбы;
- 2) средством политической мобилизации путем воздействия на гендерную идентичность избирателя;

3) ресурсом создания гендера, ресурсом создания новых и корректирования старых гендерных моделей.

Следующий пример, как и многие аналогичные, показывает взаимовлияние гендерного и политического дискурсов, доказывая то, как политический дискурс определяет содержание гендерных концептов.

Власти Швейцарии планируют увеличить показатель женщин-военнослужащих, поэтому активно призывают женщин служить в армии. В связи с этим в 2022 г. в швейцарской армии будет внедрена новая униформа, учитывающая потребности женщин-военных. При комплектовании снаряжения будут учитываться биологические отличия между полами, т.к. женщины чаще всего жалуются на то, что существующая форма слишком велика для них, а это негативно сказывается на маневренности и ловкости.

Источником анализа рекламного дискурса являются рекламные сообщения в СМИ, наружная реклама, слоганы, нейминг. Также к этой категории относят речи промоутеров, надписи на ценниках и упаковках, разговоры о покупках, о дороговизне товаров и скидках и т.д.

Анализ гендерной дискурсивной практики в рекламном дискурсе показывает, что большинство маркетологов все еще используют гендерные стереотипы в рекламе – упрощенные, устойчивые образы мужчин и женщин, распространяемые обычно на всех представителей той или иной гендерной общности, независимо от личных особенностей тех или иных представителей.

Однако на сегодняшний день многие крупные бренды не боятся отходить от общепринятых образов, потому как любое отклонение от стереотипов не остается незамеченным, что для рекламной индустрии весьма выгодно.

В 2016 г. 17-летний бьюти-блогер Дж. Чарльз стал лицом марки Covergirl. По его же словам он участвовал в проекте, чтобы показать, что косметикой может пользоваться каждый. Проект был встречен скандалами, на волне которых поднялись продажи. Это был первый пример использования мужчины в рекламе традиционно женского товара, другие подобные рекламные кампании получили меньше откликов.

Анализ гендерной дискурсивной практики в медиадискурсе показал, что сегодня в нем широко освещаются проблемы современной поп-культуры, сексуальной ориентации, трансгендерности и т.д.

Современная поп-культура стала важным пространством для переосмысления и переоценки гендерных и сексуальных стандартов. Поп-исполнительницы и поп-исполнители создают феминистские и квир-образы, которые имеют огромную аудиторию и оказывают значительное влияние на общественное мнение.

Так на церемонии «MTV Video Music Awards 2014» во время выступления певицы Бейонсе на сцене огромными буквами зажглась надпись «FEMINIST» – знак того, что в западном контексте феминизм является легитимной частью культурного мейнстрима.

Еще одним примером гендерного дискурса является выступление на Евровидении 2014 в Копенгагене австрийского поп-певца Т. Нойвирта, более

известного как Кончита Вурст, в образе женщины с бородой. Он был создан певцом еще в 2011 г. для того, чтобы дать людям повод задуматься о природе инаковости, ксенофобии и о толерантности.

В этом году на Евровидении Россию представляла исполнительница таджикского происхождения Манижа с песней «Русская женщина». Во многих популярных СМИ появились публикации (и комментарии под ними), в которых утверждается, что сценический номер певицы по своему содержанию и направленности крайне оскорбителен для русских женщин и русского народа в целом. Возмущение вызвали мужеподобный образ певицы, одежда, грубая лексика, мимика, движения, название и провокационный текст песни, музыка и даже сценический фон.

Сама исполнительница утверждает, что имеет право называть себя русской женщиной, т.к. является гражданкой России, к тому же она добавляет, что хочет принятия в России закона, защищающего женщин и детей от домашнего насилия. При этом, несмотря на всеобщее неприятие песни публикой, президент Таджикистана Э. Рахмон публично прокомментировал творчество певицы, поддержав ее позицию и высказав ей уважение.

Таким образом, можно говорить о том, что гендерные дискурсивные практики становятся частью почти любого вида дискурса, определяя тематику и языковые особенности медиатекстов.