

УДК 811.111'42:316.774

ББК 81.432.1-5

Л 38

Левченко Т.Л.

Преподаватель автономной некоммерческой организации дополнительного образования «Образовательный центр «Планета», аспирант кафедры общего языкознания Адыгейского государственного университета, e-mail: umniytat@gmail.com

Языковые особенности репрезентации стереотипа внешней красоты в дискурсе СМИ: гендерный подход (Рецензирована)

Аннотация:

Впервые предпринимается попытка исследования языковых особенностей функционирования стереотипизированного представления о внешней красоте в дискурсе СМИ с учетом гендерного подхода. Выявлены и описаны стереотипные представления о внешней красоте мужчины и женщины в английской лингвокультуре. Материалом исследования послужили тексты гендерно-ориентированных англоязычных Интернет-журналов. Использование методов сплошной выборки и классификации гендерно-маркированной лексики и метод дефиниционного анализа позволили прийти к выводу, что под влиянием СМИ формируются новые гендерные стереотипы красоты. Теоретическая и практическая значимость заключается в возможности применения результатов исследования при создании курсов лекций по гендерной лингвистике, а также при составлении словарей лингвокультурных концептов.

Ключевые слова:

Стереотипизация, стереотип красоты, внешность, дискурс СМИ, гендер, гендерно маркированная лексика.

Levchenko T.L.

Teacher of the Autonomous Non-Profit Organization of Additional Education «Planeta Educational Centre», post-graduate student of the General Linguistics Department, Adyghe State University, e-mail: umniytat@gmail.com

Linguistic features of the representation of the of external beauty stereotype in the media discourse: gender approach

Abstract:

An attempt is made to study the linguistic features of the functioning of the stereotyped view of external beauty in the media discourse, taking into account the gender approach. The work reveals and describes stereotypical ideas about the external beauty of a man and a woman in English linguistic culture. The material of the study includes the texts of gender-oriented English Internet magazines. The study used the methods of continuous sampling and classification of gender-marked

vocabulary and the method of definition analysis. The conclusion is drawn that, under the influence of the media, new gender stereotypes of beauty are forming. The theoretical and practical significance lies in the possibility of applying the results of the study in creating courses of lectures on gender linguistics, as well as in drawing up dictionaries of linguocultural concepts in English.

Keywords:

Stereotyping, beauty stereotype, appearance, media discourse, gender, gender-marked vocabulary.

Под гендерным стереотипом понимаются «сформировавшиеся в культуре обобщенные представления (убеждения) о том, как действительно ведут себя мужчины и женщины» [1]. Гендерные стереотипы представляют собой схематичные, упрощенные образы мужчин и женщин, которые распространяются на всех представителей данного общества, вне зависимости от личных особенностей. Стереотипы имеют свойство меняться с течением времени, что связано с изменениями, «которые произошли в характере современной культуры и наблюдаются в современном языке в тех символических образах, которые проецируются в нем через средства массовой информации. Современная языковая среда все больше порывает с традиционными формами в прошлом и приобретает ранее не свойственные ей черты» [2: 2].

Практическим материалом исследования послужили журнальные тексты на английском языке, извлеченные методом сплошной выборки из Интернет-журналов “Cosmopolitan” (<https://www.cosmopolitan.com/>), “Vogue” (<https://www.vogue.com/>), “Elle” (<https://www.elle.com/>), “Allure” (<https://www.allure.com/>), “TeenVogue” (<https://www.teenvogue.com/>), “Glamour” (<https://www.glamourmagazine.co.uk/>), “Maxim” (<https://www.maxim.com/>), “Esquire” (<https://www.esquire.com/>).

Для данного исследования представляется ключевой мысль Дж. Лакоффа [3] о том, что социальные стереотипы особо активно используются в рекламе и СМИ, и, соответственно, СМИ играют важнейшую

роль в формировании и трансляции гендерных стереотипов.

Гендерный стереотип красоты в массовом сознании формируется под влиянием СМИ. Старые стереотипы о красоте мужчин и женщин пересматриваются и формируются новые. Меняется само содержание стереотипа красоты. В дискурсе СМИ манифестируются стереотипизированные представления о внешней красоте мужчины и женщины. Красота в журнальных текстах рассматривается как обязательный атрибут женщины. В представлении женской красоты делается акцент на «внешние данные женщины: молодость, привлекательность, красоту и сексуальность» [4: 189]. Под женским гендерным стереотипом мы понимаем стереотип, соответствующий категории «фемининность», отражающий традиционные женские качества, и, соответственно, под мужским гендерным стереотипом понимаем стереотип, соответствующий понятию «маскулинность», опирающийся на принятые в обществе мужские характеристики.

В ходе исследования выявлены лексические единицы, репрезентующие гендерные стереотипы красоты, которые мы разделили на две группы. Лексемы, описывающие женскую красоту: *bombshell, allure, brilliance, charm, elegance, grace, attractiveness, splendor, radiance, prettiness, goddess, stunner, doll, darling, icon, hottie, seduction, loveliness, pulchritude, looker, babes, belle, allure, glowing, charm, attract, dolled up, shimmer, enhance, smarten up, dazzle, adorn, alluring, flawless, charming, gorgeous, amazing, charmed, captivating, elegant, glamorous, graceful, look fab,*

fabulous, adorable, attractive, sweet, hot, iconic, pretty, cute, jaw-dropping, desirable, magical, nice, radiant, lovely, regal, perfect, stunning, doll-faced, darling, excellent, ravishing, splendid, handsome, beautifying, foxy, sexy, stylish, angelic, bootylicious, seductive, pulchritudinous, resplendent, superb, captivating, charismatic, winsome, magnetic, fetching, divine, look divine, delightful, buxom, beguiling, natural-looking, charmingly.

Лексемы, описывающие мужскую красоту, отчасти совпадают с «женскими», но некоторые лексемы являются гендерно маркированными и используются только для описания мужчин. Например: *heartthrob, enchanting, winsome, babelicious.*

Формируемые и транслируемые под влиянием СМИ гендерные стереотипы женской и мужской красоты становятся неотъемлемой частью современного общества, неким идеалом (стандартом), которые тиражируются в массы. Например:

For Romanian photographer Miheala Noroc, her project, The Atlas of Beauty, is much more than just taking photographs of women from different parts of the world. In an essay published by Bored Panda, the artist says she wanted to show how what is considered beautiful in mass-media is just one narrow perspective. The artist's intention behind the powerful portraits of women around the world was to show how society promotes beauty ideals that do not represent the diverse ranges of women she's encountered during her travels (<https://www.glamourmagazine.co.uk>). *How 1 Man's Body Was Photoshopped to Meet 19 Different «Ideal» Beauty Standards Around the World* (<https://www.cosmopolitan.com/>).

Стереотип внешней красоты манифестируется через описание определенных частей тела. В дискурсе СМИ вербализуется стереотип идеальной внешности, который именно через СМИ транслируется в массовое сознание. Например:

From vinyl lips and doll lashes to sky-high ponytails and woven

updos, spring beauty is all about experimentation (<https://www.elle.com/>). *Arbitrary beauty standards are nothing new. From big bodies to big boobs to big butts; cropped hair, teased hair, extended hair; brows that are threadlike or bushy—there's always been a frame to fit into...or not* (<https://www.allure.com/>).

Анализ исследуемых журнальных текстов показал, что при описании женщин и мужчин используются разные критерии, для определения стандартов красоты. У женщин большое внимание уделяется конкретным частям тела. Например:

Straight hair is not only beautiful, it is professional (<https://www.cosmopolitan.com/>), *Get a nose job. You're not pretty enough* (<https://www.cosmopolitan.com/>), *Science Has Determined What the Most Attractive Female Lips Look Like* (<https://www.cosmopolitan.com/>), *From a dazzling cateye to the freshest red lip, the forecast from Paris is ultra-bright* (<https://www.elle.com/>), *I made it my mission to help expand society's definition of "beautiful" beyond youthful-looking and slender with clear skin. Steve Jobs once said* (<https://www.cosmopolitan.com/>).

Лексическая репрезентация женской фигуры реализуется с двух точек зрения: женский стандарт красоты и мужской. Женский стандарт отличается утонченностью и стройностью. Например: *women think the most beautiful female body would have the long, straight locks of Kate Middleton, the facial features of Cara Delevingne, the not-so-amble bosom of Jennifer Aniston, Gwyneth Paltrow's rock-hard abs that she probably achieved through coffee enemas, Emma Watson's slim hips, and Elle Macpherson's supermodel legs. Not a bad combo* (<https://www.maxim.com/>).

Мужской стандарт женской красоты тоже подразумевает стройную девушку, но более сексуальную. Например: *Kim K's busty chesticles,*

Megan Fox's face, the wavy, sexy hair of ScarJo, Michelle Keegan's toned tummy, Kelly Brook's curvy hips, and Rosie Huntington-Whiteley's long stems (<https://www.maxim.com/>).

Стереотип мужской красоты является воплощением мужественности. Идеально красивый мужчина (как с точки зрения мужчин, так и женщин) обязательно обладает хорошим телосложением и большими мускулами. Например: *perfect man has the broader, Wolverine-trained biceps of Hugh Jackman, Ryan Gosling's shredded torso, Frank Lampard's soccer legs, David Beckham's masculine yet beautiful face, and Brad Pitt's perfectly coiffed blonde hair* (<https://www.maxim.com/>).

Проведенный анализ внешней красоты мужчин и женщин позволяет выделить лексемы, в семантике которых отсутствует оценочная

характеристика, доставляющая наслаждение взору. Примерами таких лексических единиц являются: *long, straight, rock-hard, toned, broader, shredded*, но в сочетании с существительными они приобретают оценочный характер (*long, straight locks, rock-hard abs, toned tummy, broader biceps, shredded torso*).

Таким образом, проанализированный материал позволил прийти к выводу о том, что в настоящее время наблюдается кардинальное изменение в стереотипизации женской и мужской красоты. Внутренне содержание уходит на второй план, тогда как внешняя красота становится предметом стандартизации и активно тиражируется в дискурсе СМИ. Стереотип красивой женщины или красивого мужчины – это идеальный, привлекательный и, в большинстве случаев, сексуальный образ.

Примечания:

1. Словарь гендерных терминов // Феминистская лингвистика. URL: <http://www.owl.ni/gender/172.htm>
2. Соколова И.М. СМИ и новое концептуальное наполнение образа женской красоты в современной массовой культуре // Научный журнал КубГАУ. 2014. № 98 (04). URL: <http://ej.kubagro.ru/2014/04/pdf/97.pdf> стр 2
3. Лакофф Дж. Мышление в зеркале классификаторов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII: Когнитивные аспекты языка. М.: Прогресс, 1988. С. 34–35.
4. Неговорова И.В. Гендерный стереотип женщины в контексте современной рекламы косметических средств // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. 2009. Вып. 3. С. 187–189.

References:

1. Dictionary of gender terms // Feminist linguistics. URL: <http://www.owl.ni/gender/172.htm>
2. Sokolova I.M. Mass Media and new conceptual filling of the image of female beauty in modern popular culture // Scientific journal of KubGAU. 2014. No. 98 (04). URL: <http://ej.kubagro.ru/2014/04/pdf/97.pdf> page 2
3. Lakoff G. Thinking in the mirror of classifiers // New in foreign linguistics. Iss. XXIII. Cognitive aspects of the language. M.: Progress, 1988. P. 34–35.
4. Negovorova I.V. Gender stereotype of a woman in the context of modern advertising of cosmetics // Bulletin of the Adyghe State University. Ser. 2: Philology and the Arts. 2009. No. 3. P. 187–189