Секция «Лингвистика: Проблемы современной социолингвистики»

Язык СМИ как инструмент формирования гендерного образа политика.

Научный руководитель – Бабенкова Елена Александровна

Аграшева Ольга Евгеньевна
Студент (бакалавр)
Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, Саранск, Россия
E-mail: olyagrash@mail.ru

Понятие о речевом поведении - это уникальный ёмкий конструкт, введённый в лингвистику западными учёными-социолингвистами. Речевое поведение можно рассматривать не только как инструмент достижения определённых коммуникативных и прочих практических задач, но и как отдельный источник знаний и информации. Анализ речевого поведения помогает выявить большое количество разнообразных особенностей, влияющих на уровень и качество восприятия речи. Среди подобных критериев наше внимание привлёк гендерный аспект, поскольку концепты феминности и маскулинности являются одними из основополагающих как в процессе создания речевого акта, так и в процессе его восприятия. [1]

Для получения более достоверных результатов исследование специфики проявления гендерной идентичности в дискурсивных практиках следует проводить в рамках конкретных сфер общественной жизни и, следовательно, в рамках определённого набора речевых стилей и жанров.

При выборе сферы исследования мы ориентировались на такую функцию речи, как воздействующе-информационная. Последняя, в свою очередь, представляется основной функцией публицистического стиля, который является главным функциональным стилем в политической сфере. В политике каждое произнесённое слово имеет неоценимо большой вес не только само по себе, но и как объект пристального рассмотрения и дальнейшего освещения в средствах массовой информации. Поэтому данная работа посвящена гендерному образу известного американского политика Хиллари Клинтон, представленному через призму современного американского медиапространства.

Одной из важных черт языка СМИ выступает оценочность. Она присутствует на всех уровнях подготовки материала: отборе, классификации и соотношении фактов, описании последних в определённой последовательности и под определённым углом зрения. Говоря непосредственно о лексических оценочных средствах, для нас важно, как они раскрываются в семантическом контексте, и каким образом они коррелируют с гендерной составляющей.

Комплексный анализ теоретического материала, посвящённого проблематике гендерного фактора в политическом и медиа- дискурсах, и текстов публичных выступлений Хиллари Клинтон позволил составить гендерный портрет политического лидера США в рамках медиа репрезентации.

Освещение политической фигуры в СМИ во многом построено на основных принципах работы гендерной метафоры, под которой понимается «перенос не только физических, но и всей совокупности духовных качеств и свойств, объединённых словами «женственность» и «мужественность», на предметы, непосредственно с полом не связанные» [3], и гендерного стереотипа, который настолько силён в процессе управления общественным сознанием, что способен коренным образом повлиять на ход политической коммуникации. [2]

Нельзя не отметить, что политические деятели прекрасно осведомлены о силе воздействия гендерного фактора на свою целевую аудиторию. Если практика показывает, что сформированная модель работает не совсем корректно, то проводится соответствующая

работа над ошибками, ведь самое важное для любого политика - это убеждение и склонение на свою сторону.

Таким образом, анализ материалов ведущих СМИ США подтверждает, что гендер является важным фактором в процессе конструирования имиджа политических лидеров, поэтому выбранная проблематика представляется актуальной и требует дальнейших исследований.

Источники и литература

1) Бабенкова Е.А. Гендерный фактор в поэтическом тексте. – Саранск: Изд-во Мордов. Ун-та, 2003. С.108.
2) Войченко В.М. Отражение гендерных стереотипов в языке и культуре // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Языкозн. 2009. № 1 (9) – С. 64-70.
3) Словарь гендерных терминов / Под ред. А.А. Денисовой / Региональная общественная организация "Восток-Запад: Женские Инновационные Проекты". М.: Информация XXI век, 2002. С. 256.