

А. А. Марчишина

*(Каменец-Подольский национальный университет имени Ивана
Огиенко, Каменец-Подольский)*

И. И. Загоруйко

*(Каменец-Подольский колледж пищевой промышленности НУПТ,
Каменец-Подольский)*

ПОСТМОДЕРНИСТСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ ГЕНДЕРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Исследование сфокусировано на вербальных единицах актуализации гендерной идентичности (маскулинной, феминной, квир) в текстах англоязычного постмодернистского публицистического дискурса. Языковые средства (преимущественно лексические единицы) фиксируют трансформацию стереотипов, традиционно устоявшихся в общественном восприятии социально-культурного выражения биологического пола. Это осуществляется путем ресемантизации существующих лексем, изменением стилистического окрашивания пейоративных слов и появлением номинаций-неологизмов.

Феномен идентичности оказался в эпицентре исследовательских интересов в конце XX ст. по ряду причин. Бурное развитие социогуманитарных наук, объединенное общим объектом – человеком (*homo sapiens*), – спровоцировало пристальное внимание к отдельным аспектам человеческой личности как сложноструктурированного (*homo complexus*) субъекта глобализированных преобразований. Одной из таких граней является

гендерная идентичность. Не последнюю роль в стимулировании интереса к гендерной проблематике сыграл постмодернистский дискурс с его деконструкцией устоявшихся канонов дозволенного/табуированного относительно содержательного и формального представления действительности в дискурсивном пространстве вообще и в публицистических текстах, в частности.

Проведенный анализ взглядов на природу публицистического дискурса подтверждает тезис С. В. Ивановой о том, что публицистический дискурс служит мгновенным срезом языкового и социального состояния общества [1, с. 29]. Новейшей номинацией публицистического текста является «медiateкст», термин, имеющий англоязычную этимологию, возникший в конце прошлого века и обозначающий вербальную манифестацию информации публицистического содержания.

Исследуемый англоязычный постмодернистский публицистический текст (АППТ) считаем фрагментом мыслительно-речевой деятельности, отражающим актуальное состояние общественного сознания и выражающим действующую динамику его развития, служащим коммуникативной средой формирования, функционирования или трансформации гендерных стереотипов. Ключевыми признаками АППТ являются манипулятивность (постоянная манипуляция общественным мнением) и диалогичность (мгновенная реакция-отклик читателя на описанные события). АППТ – двойственен по своим информационно-смысловым признакам: с одной стороны, он отражает стереотипы массового сознания, с другой – конструирует их. Бинарная функциональность таких текстов обусловлена природой самого стереотипа, при формировании которого сначала «накапливаются стандартизированные коллективные представления», затем они же «навязываются индивиду во время учебы, общения» [2, с. 194].

Отображение гендерных стереотипов в АППТ обусловлено институциональной структурой общества, требующей соответствующих моделей поведения и ориентации в коммуникативном пространстве. СМИ служат своеобразными ретрансляторами социокультурных традиций в доступной широкому слою населения форме. Выразительность гендерных стереотипов как объективного свойства социальной жизни осуществляется путем анализа языковых структур [3, с. 36], поэтому лингвистическая природа гендера способствует выявлению и интерпретации воплощенных в АППТ образцов гендерной идентичности.

Сущность гендерного стереотипа как социально-психологического феномена (М. Г. Ткалич, Т. П. Зинченко), формирующегося и проявляющегося в национально-культурном контексте (Т. Ф. Семашко), охватывает определенный набор общих черт индивида, реализующихся повторяемостью в его повседневной деятельности. К тому же система ценностей каждого конкретного общества одобряет те аспекты личности, которые востребованы в социальной интеракции, и подавляет личностные характеристики, находящиеся на маргине общественных ожиданий. Воспроизведенные в АППТ гендерные стереотипы обычно основаны на различии пола и гендера как отдельных, хотя и взаимосвязанных сущностей. Так, соотношение стереотипных представлений о половогендерной корреляции отмечается в АППТ как рутинный элемент общественной жизни: *Until extremely recently it was accepted that your gender is what you are born with, not the subject of personal choice, and that is what most people still believe* [4]. Автор констатирует, что в патриархальной традиции гендерные признаки воспринимались как врожденная данность, а не как результат личного выбора.

Влияние нового постмодернистского мировоззрения на гендерные стереотипы обусловило их трансформацию. Такие тексты разрушают представление о традиционном «настоящем мужчине» и «настоящей женщине», поскольку постмодернистская мораль формирует постпатриархальный порядок, требующий нового отношения к дихотомии таких культурных категорий, как «мужчина» и «женщина» [5, с. 26]. В публицистических текстах отмечаем сомнения относительно устойчивости традиционных гендерных стереотипов и поиска новейших образцов. Задекларированный постмодернизмом принцип гендерного плюрализма на смену стереотипной дуальности пола предлагает деконструированные разновидности бывших стандартов мужественности/женственности как новую маскулинную/феминную/квир-идентичность.

Согласно имеющемуся гендерному стереотипу маскулинности, «социальная ценность мужчины определяется величиной его заработка и успешностью в работе» [6, с. 81]. Статус мужчины в обществе и семье зависит от его финансовой состоятельности, обычно прямо пропорциональной объему вложенного физического или интеллектуального труда. Стремление достичь вершины карьеры или благосостояния – стереотипного эталона маскулинности – приводит к физиологическим и психологическим стрессовым ситуациям, с которыми мужчины не всегда могут справиться самостоятельно. Исследователи кризиса маскулинности иногда приходят к абсурдным

выводам, считая, что «в странах Запада теперь из-за феминистского движения мужчины подвергаются дискриминации» [7, с. 62]. Так, кризисом стереотипной маскулинности озабочен и автор публикации “*Men or mice: is masculinity in crisis?*”:

We are in the midst of a renewed discussion about masculinity in crisis. The latest contribution comes from Iain Duncan Smith, who this week suggested at a Tory Conference fringe event that unmarried men from poorer backgrounds are prone to become “dysfunctional” human beings who can be problematic for society. His words mirror other recent descriptions of masculinity as “toxic”, “broken” and, especially, “in crisis” [8].

По версии автора статьи, кризис маскулинности (*masculinity in crisis*) обуславливает матримониальное (*unmarried*) состояние мужчин, идентифицируемое такими вербальными единицами, как «дисфункциональные люди» (“*dysfunctional*” *human beings*), создающие проблемы для общества (*problematic for society*). Кроме того, для описания маскулинности автор использует эпитеты с негативной семантикой: «токсическая» (*toxic*), «сломана» (*broken*), «кризисная» (*in crisis*). Такая точка зрения является довольно распространенной среди современных британцев, о чем свидетельствует тот факт, что цитируемый текстовый фрагмент взят из одной из центральных газет, формирующих коллективное мнение и выражающих официальную общественную позицию – ‘*The Guardian*’. Причиной такого разрушения стереотипа маскулинности является, по мнению автора, феминизация рабочих мест:

*One of the notable refrains is an unease, particularly of older men, at the so-called **feminisation of the workplace**, as clerical and service industries have taken the place of manufacturing labour* [8] – кризис маскулинности холостых бедных мужчин обусловлен тем, что женщины заняли их рабочие места (*feminisation of the workplace*).

Смещение фокуса публицистического интереса от андроцентризма к эгалитарной гендерной политике объясняется отказом общественных настроений признавать доминирование *hegemonic masculinity* (Р. Коннелл) как следствия второй волны феминизма и вхождением женщины в активную политическую, социальную, культурную деятельность социума. Такой новейший стереотип активной женщины тиражируется в АППТ как атрибут современности. Примером этого феминного стереотипа является, в частности, премьер-министр Великобритании Тереза Мэй:

*Fortunately our **Prime Minister** gives every indication that she understands this and that there will be no watering down this country’s*

plans as it frees itself from the repressive grip of Brussels. Her high standing in the polls is a testament that she commands the country's support. So there will be no skirting around this issue. As Mrs May demonstrated yesterday, she's wearing the trousers as she leads us to the door [9].

Этот фрагмент из издания “*The Express*” не только констатирует, что самый высокий пост в руководстве государства – премьер-министра (*Prime Minister*) – занимает женщина, но и указывает на ее общенациональную поддержку, используя притяжательное местоимение *our* (наша). Единицы различного лингвистического статуса конструируют актуальный феминный стереотип: высокие рейтинги Терезы Мэй в избирательных списках (*Her high standing in the polls*) свидетельствуют о том, что она сама же и руководит этой поддержкой (*she commands the country's support*). Такого статуса ей удается достичь благодаря отказу от традиционных женских черт (*no skirting*) и использованию мужского стиля (*she's wearing the trousers*). Здесь женская слабость метафоризована при помощи ассоциации с узнаваемым элементом одежды – с юбкой, который, благодаря транспозиции морфологической парадигмы существительного, стал глагольной формой. Стереотипно присущая мужчинам решимость, которую Мэй «надела» на себя, посредством метонимии ассоциируется с чисто мужским атрибутом – брюками (*trousers*).

Массово тиражируемые газеты и журналы играют роль ориентира в формировании и регулировании норм общественной морали, развития национального сознания, построении схем межличностного общения. И если на повестке дня социальной интеракции стоит вопрос трансформации гендерной идентичности, то именно АППТ отражает такие злободневные настроения общества. К примеру, появление номинаций квир-идентичности в медийном пространстве характерно для конца XX – начала XXI в. В частности, для убеждения общества в необходимости адаптивной политики в отношении квилов одна из ведущих британских газет “*The Independent*” приводит официальные данные Национального офиса статистики:

Data released by the Office of National Statistics (ONS) shows that the number of people who identify as being either “gay or lesbian” or “bisexual” stood at approximately 1,026,000 in 2016 – up 11.4 per cent on the previous year; the largest increase since ONS records began.

People aged 16 to 24 were most likely to identify as lesbian, gay or bisexual than any other age group, with 4.1 per cent of young people

fitting into these categories – amounting to nearly one in 20 young people in the UK [10].

Как свидетельствуют статистические показатели, в последнее время возрастает количество людей, признающих свою нетрадиционную гендерную идентичность (*identify as being either “gay or lesbian” or “bisexual”*). При этом среди молодых людей таковыми себя идентифицирует каждый двадцатый. Используемые вербальные единицы позволяют различать сексуальную ориентацию: гомосексуалы (*gay or lesbian*) и бисексуалы (*bisexual*).

Таким образом, гендерное многообразие как продукт постмодернистского мировоззрения обусловило появление в текстах СМИ трансформированных стереотипов маскулинной и феминной идентичности и сформировало представление о квир-идентичности. Средства обозначения гендерной идентичности в АПТТ – вербальные единицы различного лингвистического статуса (преимущественно лексического уровня), объективирующие соответствующие социально-культурные характеристики: внешность, атрибутику, поведенческие модели, социальные роли, ценности, мораль.

Список использованной литературы

1. Иванова, С. В. Политический медиа-дискурс в фокусе лингвокультурологии / С. В. Иванова // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2008. – Вып. 1 (24). – С. 29–33.
2. Клімук, І. Українські релігійні стереотипи в контексті формування сучасної релігійної ідентичності / І. Клімук // Науковий вісник Східноєвропейського націон. ун-ту ім. Лесі Українки. – Розділ V. Філософія та соціологія релігії. – 2013. – № 27. – С. 193–198.
3. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты / А. В. Кирилина. – М.: Изд-во «Ин-т социологии РАН», 1999. – 189 с.
4. Cawley L. ‘Gosh, a woman with a comic shop’ / L. Cawley // BBC News. – URL: http://www.bbc.com/news/uk-england-essex-40725928?intlink_from_url=http://www.bbc.com/news/topics.
5. Власова, Т. І. Формування гендерних стереотипів в західноєвропейській філософії / Т. І. Власова. – К.: Генеза, 2006. – 296 с.
6. Купцова, Т. Критичне осмислення маскулінності в епоху гендерних трансформацій / Т. Купцова // Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Українознавчий альманах, 2015. – Вип. 18. – С. 80–82.
7. Зубов, В. О. Сексуальність як предмет філософської рефлексії / В. О. Зубов // Актуальні проблеми філософії та соціології. – 2015. – Вип. 7. – С. 61–64.

8. Raisin, R. Men or mice: is masculinity in crisis? / R. Raisin // The Guardian. – URL: <https://www.theguardian.com/inequality/2017/oct/06/men-or-mice-is-masculinity-in-crisis-ross-raisin>.

9. Insane gender politics is now harming our children // Sunday Express. – URL: <http://www.express.co.uk/comment/expresscomment/742372/Insane-gender-politics-harming-our-children>

10. Bingham, J. Gay marriage could signal return to ‘centuries of persecution’, say 1,000 Catholic priests / J. Bingham // The Telegraph. – URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/religion/9795680/Gay-marriage-could-signal-return-to-centuries-of-persecution-say-1000-Catholic-priests.html>