

9. Прохасько Т. Андрій Бондар: «Український бум дуже розтягнений у часі...» / Тарас Прохасько // Галицький кореспондент. – <http://gk-press.if.ua/?q=node/125>. – 2009.

The work reveals the features of A. Bondar's essay collection in the «Kraina» magazine and «Gazeta po-ukrajinski» in 2010. Essay examines the problem according to thematic content. Summarizes the specifics of modern Ukrainian essays, highlighted the problem of further research.

Key words: essays, genres, journalism.

УДК 81'42

А. Г. Шилина

*Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова,
г. Київ*

ГЕНДЕРНЫЙ СТЕРЕОТИП КАК ЭЛЕМЕНТ РЕЧЕВОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ СОЗНАНИЕМ АДРЕСАТА В ЖЕНСКИХ И МУЖСКИХ ЖУРНАЛАХ (на материале жанра новинки техники)

*Стоило только попросить мужчину помочь вымыть посуду –
и тут же появилась автоматическая посудомойка.
Сирил Норткот Паркинсон, английский публицист*

*Наш век гордится машинами, умеющими думать,
и побаивается людей, проявляющих ту же способность.
Г. Мамфорд Джонс, американский критик*

Статья посвящена описанию гендерных стереотипов – составляющих речевого манипулирования сознанием адресата в женских и мужских журналах. На примере жанра новинки техники демонстрируются манипулятивные практики транслирования и трансформирования гендерных стереотипов.

Ключевые слова: женский журнал, мужской журнал, жанр, новинки техники, гендерный стереотип, речевое манипулирование.

В конце XX – начале XXI в.в. практики масс-медийной манипуляции получили концептуальную разработку в научном дискурсе (О. Н. Быкова, С. Г. Кара-Мурза, Г. А. Копнина, Г. Г. Почепцов, А. П. Сковородников, Ю. В. Урдаева, В. Е. Чернявская).

Необходимость изучения речевого манипулирования сознанием адресата СМИ как регулятора вербального и невербального поведения информационной личности определила *актуальность* настоящей публикации.

Русскоязычные женские¹ и мужские² журналы Украины представляют обширный фактический материал для идентификации и классификации элементов речевого манипулирования. Одним из таких элементов, формирующим восприятие адресата в желательном для адресанта направлении, является социальный стереотип (Л.Н. Немкина, З.Н. Самадова) [1; 2].

Цель нашего исследования – рассмотреть особенности гендерных стереотипов как составляющих речевого манипулирования сознанием адресата женского и мужского журналов на материале одного из жанров журналов – *новинки техники*.

Для научной достоверности определимся с базовыми понятиями статьи. Под *речевым манипулированием* мы вслед за О.Н. Быковой понимаем «вид языкового воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент. В основе языкового манипулирования лежат такие психологические и психолингвистические механизмы, которые вынуждают адресата некритично воспринимать речевое сообщение, способствуют возникновению в его сознании определенных иллюзий и заблуждений, провоцируют его на совершение выгодных для манипулятора поступков» [3, с. 99]. Как и авторы «Словаря гендерных терминов», *гендерные стереотипы* рассматриваем в качестве «сформировавшихся в культуре обобщенных представлений (убеждений) о том, как действительно ведут себя мужчины и женщины» [4].

В жанре *новинки техники* адресант, актуализируя манипулятивные практики, апеллирует к гендерным стереотипам, которые транслируются и трансформируются в женском и мужском журналах.

Обратимся к фактическому материалу.

¹ В статье примеры приводятся из женских журналов «Любимая», «Единственная», «Женский журнал», «Лиза. Мой ребенок», «LQ».

² В статье примеры приводятся из мужских журналов «Men's Health», «MAXIM», «XXL», «Я – отец!».

Трансляция гендерных стереотипов

Таблица 1

Транслируемый гендерный стереотип в отношении женщины	Пример употребления гендерного стереотипа
Бытовой техникой должна уметь пользоваться женщина, чтобы успешно вести домашнее хозяйство.	<i>«Цветущий» вид электрочайника подкрепляется не менее замечательными функциональными возможностями: для слабонервных хозяек – скрытый нагревательный элемент; для особо щепетильных – съемный нейлоновый фильтр для воды («Любимая»); Компактный и незаменимый помощник [утюг Don SC-138S от Scarlett] для современной хозяйки («Единственная»); Какой бы эмансипированной и самостоятельной ни была женщина, она все равно нуждается в заботе. Компания Indesit выпустила новую стиральную машину Moop, которая только и делает, что заботится о своей хозяйке («Женский журнал»).</i>
Выбором и приобретением детской коляски всегда озабочена мать ребенка.	<i>Глубокая теплая люлька [детская коляска Coneco V3] придется по душе маленькому хозяину, а мама оценит по достоинству возможность устанавливать прогулочный блок в двух положениях – лицом к себе или по ходу движения («Лиза. Мой ребенок»).</i>

Таблица 2

Транслируемый гендерный стереотип в отношении мужчины	Пример употребления гендерного стереотипа
Все мужчины любят пиво и футбол.	<i>Футбол, телевизор и пиво – вещи неразделимые. А уж во время чемпионата мира тем более. Только усядешься перед экраном, сжимая пульт SRU1060 вспотевшей рукой, как вторая сама тянется к ледяной бутылке («Men's Health»).</i>
Пиво – любимый напиток мужчин.	<i>Скромный человек обойдется парой бутылок пива в рюкзаке, а ты, будучи владельцем нового ХЗ, можешь спрятать в его багажнике 1600 литров любимого напитка («MAXIM»).</i>
Автомобиль – обязательный мужской атрибут, подчеркивающий силу, экстремальность и мужественность своего владельца.	<i>Длинный, приземистый Highlander [автомобиль] выглядит современно и кое-где даже мужественно. Некий налет агрессивности во внешности придает и стильная шестиугольная решетка радиатора («XXL»); Если любишь нажать на газ так, чтобы тебя вдавило в кресло, то удовлетворишь и эту свою страсть: бензиновая версия нового BMW ХЗ разменивает сотню всего за 5,7 секунды! («MAXIM»).</i>

Как показывают примеры, жанр *новинки техники* закрепляет в сознании женщины устойчивое представление о том, что она может довольствоваться исключительно теми достижениями технического прогресса, которые помогают в уходе за ребенком, мужем, в поддержании чистоты и порядка в доме (см. таб. 1); в сознании мужчины культивируется видение того, что технические инновации связаны с развлечениями, отдыхом и мобильностью (см. таб. 2).

Трансформация гендерных стереотипов

Таблица 3

Трансформирующийся гендерный стереотип в отношении женщины	Пример употребления трансформирующегося гендерного стереотипа
Автомобили интересны исключительно мужчинам → автомобили интересны женщинам.	<i>Малогабаритные легковые машины только подчеркивают драйв современной женщины («LQ»).</i>
Автомобили подчеркивают статусность только мужчины → автомобили подчеркивают статусность женщины.	<i>Обычно, заведя за рулем дорогого агрегата девушку, умные предпочитают уступить – себе же дешевле («LQ»).</i>

Трансформирующийся гендерный стереотип в отношении мужчины	Пример употребления трансформирующегося гендерного стереотипа
Бытовой техникой должна уметь пользоваться женщина, чтобы успешно вести домашнее хозяйство → бытовой техникой должен уметь пользоваться мужчина, чтобы успешно вести домашнее хозяйство.	<i>Бывают такие дни, когда вокруг вдруг – бац! – и никого. И дома, кроме чайника, никто не ждет. Подбодрить тебя в сложный момент свежим анекдотом чайник не сможет, зато воду подогреть сможет</i> («Men's Health»); <i>Но главное – для управления этой штуковиной [кофеваркой] вовсе не обязательно становиться профессиональным барменом. Достаточно вставить капсулу, повернуть рычаг – и можно наслаждаться отличным напитком</i> («XXL»); <i>Эти полезные мелочи [технические характеристики утюга] оцениют счастливицы, которые занимаются глажкой лишь изредка и не могут похвастаться особыми навыками</i> («XXL»); <i>Говорят, что большинству мужчин освоить интерфейс iPhone значительно легче, чем приборную панель стиральной машины. Видимо, это и натолкнуло компанию Miele на создание серии стиральных машинок Supertronic, управлять которыми можно при помощи iPhone (благодаря функции InfoControlPlus)</i> («XXL»).
Выбором и приобретением детской коляски всегда озабочена мать ребенка → выбор и приобретение детской коляски могут быть важными для отца ребенка.	<i>Geoby [модель детской коляски] – настоящий вездеход на пневмоколесах. Тебе и твоему младенцу обеспечены маневренность и разумный комфорт, даже если решите кататься по холмам</i> («Я – отец!»).

Данные примеры дают основания утверждать, что жанр *новинки техники* расширяет ментальные горизонты обоих полов: женщины получают возможность воспользоваться техническими новинками, позволяющими «выйти» за пределы дома/кухни/семьи (см. таб. 3), а мужчины, наоборот, получают положительные эмоции от общения с детьми и от создания домашнего комфорта (см. таб. 4).

Таким образом, проведенный сопоставительный анализа позволяет сформулировать следующие **выводы**:

- жанр женских и мужских журналов – *новинки техники* – оказывает манипулятивное воздействие на сознание адресата;
- гендерные стереотипы, транслируемые и трансформированные жанром *новинки техники*, являются элементами речевого манипулирования;
- в женских и мужских журналах наблюдаются две тенденции: популяризация и развенчание гендерных стереотипов. Первая универсализирует женскую и мужскую идентичности, вторая структурирует речевые, социокультурные и коммуникативные компетенции [5, с. 16-19], формирующие компетентных женщин и мужчин, «умеющих думать» и противостоять манипулированию.

Список использованных источников

1. Немкина Л. Н. Советская пропаганда периода «холодной войны»: методология и эффективная технология / Л. Н. Немкина. – Режим доступа : <http://www.inoforum.ru/forum/index.php?showtopic=7671>.
2. Самадова З. Н. Манипулятивные возможности СМИ и масс-медийный кризис культуры / З. Н. Самадова. – Режим доступа : http://www.rusnauka.com/DN2006/Philosophia/2_samadova%20z.n.doc.htm.
3. Быкова О. Н. Языковое манипулирование / О. Н. Быкова // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: Вестник Российской риторической ассоциации. – Красноярск – Ачинск: Изд-во Краснояр. ун-та, 1999. – Вып. 1.
4. Словарь гендерных терминов / [под ред. А. А. Денисовой]. – М. : Информация XXI век, 2002. – Режим доступа : <http://www.owl.ru/gender>.
5. Синельникова Л. Н. Синтез компетенций как путь к формированию дискурсивной личности / Л. Н. Синельникова // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : [междуз. сб. науч. тр. – Вып. 8 / Отв. ред. А.Г. Пастухов]. – Орел : ОГИИК, 2010.

The article deals with the description of gender stereotypes being components of speech manipulation of addressee's consciousness in women's and men's magazines. Manipulative practices of translation and transformation of gender stereotypes are displayed on the example of the genre novelties.

Key words: women's magazine, men's magazine, genre, novelties, gender stereotype, speech manipulation.