

НЕСТЕРЕНКО О. Є.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ВЕРБАЛЬНЕ ВИРАЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ УПЕРЕДЖЕНЬ У СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ ЗМІ

Стаття розглядає характерні особливості гендерних упереджень та їх місце у загальній системі упереджень та певні стратегії та тактики їх вербальної реалізації у сучасних англомовних ЗМІ.

Ключові слова: гендерне упередження, гендерний дискурс, гендерний стереотипи, установка, стратегія та тактика.

Статья рассматривает характерные особенности гендерных предубеждений и их место в общей системе предубеждений, а также определенные стратегии и тактики их вербальной реализации в современных англоязычных СМИ.

Ключевые слова: гендерное предубеждение, гендерный дискурс, гендерный стереотип, стратегия и тактика.

The article deals with the characteristic features of gender bias and its role in general bias system and with the particular strategies and tactics of its verbal realization in contemporary British and American mass media.

Key words: gender bias, gender discourse, gender stereotype, tenet, strategy and tactic.

Актуальність теми зумовлена необхідністю дослідження окремих складових упередженого мовлення, що є актуальним для подальшого розвитку функціонально-орієнтованої когнітивної лінгвістики.

Метою дослідження є визначення системи вербальних засобів вираження гендерних упереджень в сучасних англомовних ЗМІ.

Предметом вивчення являються комунікативні стратегії та тактики вираження гендерних упереджень в сучасних англомовних ЗМІ.

Об'єктом дослідження виступають гендерні упередження як лінгвістично обумовлене явище, реалізоване у сучасних англомовних ЗМІ.

Матеріалом дослідження слугували статті в сучасних англомовних ЗМІ.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в ньому вперше здійснено аналіз системи вербального вираження гендерних упереджень.

Вивченню проблеми упереджень у лінгвістиці передували цілий ряд соціально-психологічних досліджень цього явища, спричинений розвитком гуманітарних наук про людину у 20 сторіччі. Упередження розглядалось дослідниками як несхвальна соціальна установка по відношенню до якогось явища, яка не є заснованою на критично перевіреному досвіді; воно є стереотипним та емоційно забарвленим,

однак, воно є стійким та погано піддається змінам під впливом раціональної інформації [1; 6]. Як соціальна установка, що перешкоджає адекватному сприйняттю певної інформації або дії, упередження характеризувалось як явище афективне. При вивченні соціальної установки дуже важливим являється визначенні її структури. Аналізуючи упередження, ми базуємося на традиційному припущенні про наявність його трьох складових, запропонованим М. Смітом [2:111].

Упередження (як установка та стереотип) має триструктурну основу – когнітивну (інформаційну або стереотипну), афективну (емоційно-оцінну) та конативну (компонент поведінки). Когнітивний компонент являє собою знання та поняття про певний об'єкт, афективний – емоційно-оцінне становлення до нього, конативний представляє можливість певної поведінки особистості відносно соціального об'єкта чи явища.

Наприкінці 20 сторіччя упередження стають об'єктом дослідження лінгвістів і розглядаються як організовані певним чином когнітивні структури [7; 8], тобто когнітивний компонент стає основним для їхнього дослідження. Т. ван Дейк, який є одним із провідних дослідників цього явища у лінгвістиці, дає наступне визначення упередження: “Ми розглядаємо упередження як форму або результат сприйняття та аналізу соціальної інформації не лише на рівні особистості, а скоріше як головну властивість членів соціальної спільноти з одного боку та як відношення між цими спільнотами з іншого.” [7:3]. Підкреслюючи дискурсно релевантну природу упереджень Т. ван Дейк указує, що їх слід розглядати не тільки як статичні когнітивні структури установок, а також як динамічні процеси, що мають місце при вербальному вираженні інформації такого типу в певних соціальних контекстах. Автор робить висновок, що саме різні форми дискурсу є головною базою його як теоретичних, так і практичних досліджень упереджень [7:5].

Гендерні упередження займають важливе місце у дослідженні та розвитку лінгвістичної теорії упереджень. Дослідження мови лінгвістами у другій половині ХХ сторіччя не як відокремленої системи, а як динамічного антропоорієнтованого феномена, сприяло росту міждисциплінарного компоненту в лінгвістичних дослідженнях, в рамках якого сформувалась та успішно розвивається гендерна лінгвістика. Гендерний дискурс є невід'ємною частиною глобального культурного дискурсу з усіма його властивостями та характеристиками.

Одним із головних напрямків дослідження гендерної лінгвістики є виявлення “асиметрій в системі мови, спрямованих проти жінок. Ці асиметрії отримали назву мовного “сексизму”” [3:29]. Мова іде про патріархальні стереотипи, що нав’язують певну картину світу, у якій жінкам відводиться другорядна роль та приписуються пасивність та безвідповідальність.

Формування гендерних упереджень тісно пов’язане із гендерною стереотипізацією. За А. В. Кіріліною, гендерні стереотипи – це культурно і соціально обумовлені погляди і пресуппозиції про якості, атрибути і норми поведінки обох статей та їх відображення у мові [3:75]. Гендерна стереотипізація фіксується на всіх рівнях мови і носить оцінний характер. І саме на негативних стереотипах, що дуже часто являються спрощеними, схематизованими, чітко емоційно забарвленими, сталими образами чоловіків та жінок, що зазвичай поширюються на усіх представників певної гендерної спільноти, незалежно від особистих характеристик тих чи інших представників, і базуються гендерні упередження.

Таким чином, гендерні упередження – це соціальна установка з негативним та спотвореним змістом, це упереджена точка зору по відношенню до представників іншої статі [4:61; 5:7]. Ми розглядатимемо гендерні упередження як оцінні, стереотипізовані сполучення, що актуалізуються в процесах комунікації за допомогою мовних засобів.

Для реалізації гендерних упереджень залучаються певні стратегії та тактики. Одна із таких стратегій є стратегія дискредитації жінок, що передбачає вираження зневажливого ставлення та неповаги до них, їхнє приниження, а іноді навіть і образу. Здійснення даної стратегії вимагає вибору та застосування оцінно-характеризуючих тактик, однією із яких є використання мовних одиниць з негативним оцінним значенням, що мають дерогативну конотацію.

Яскравим прикладом застосування таких одиниць є характеристика ведучим бостонської радіостанції WRKO-AM Білом Куксі кандидата від республіканської партії на посаду державного скарбничого Карін Політо: *“I think she’s hot. She’s tiny. She is short. She has got a banging little body on her. Facial-wise, I give her about a seven. Body-wise, I give her an eight-and –a –half. I endorse Karyn Polito”* [9:2].

Варто відмітити, що навіть відомі політики, лідери найвпливовіших у своїх країнах політичних партій вдаються до відверто зневажливих і навіть образливих характеристик своїх колег жінок, які є на чолі опозиції. Про це

свідчить резонансна промова прем'єр-міністру Австралії Джулії Гілард із критикою лідера опозиції Тоні Ебботта за його сексистські погляди та: *"I was offended too by the sexism, by the misogyny, of the leader of the opposition catcalling across this table: 'If the prime minister wants to, politically speaking, make an honest woman of herself', – something that would never have been said to any man sitting in this chair"* [10, Oct. 12, 2012].

Показовим, на наш погляд, являється той факт, що політичний лідер такого рівня, як Тоні Ебботт просто ігнорує кричущо неповажливі характеристики, з якими звертаються до Джулії Гілард його виборці: *"The prime minister said she had been offended when Abbott had stood in front of placards at political rallies that described her as a "witch" and another male politician's "bitch""* [10, Oct. 12, 2012].

Наступною тактикою, що використовується для реалізації стратегії дискримінації жінок є тактика порівняння. Дана тактика використовується, зазвичай, для порівняння жінок із чоловіками. Засобами вербальної реалізації даної тактики є, знов таки ж, дерогативні аксіологеми для характеристики жінок, і, навпаки, лексичні одиниці із аудальним або нейтральним оцінним значенням для характеристики чоловіків, а також порівняльні мовні звороти.

Одним із типів дискурсу, де гендерні упередження являються найбільш поширеними є спортивний дискурс. Журнал "Extra!" представляє порівняльний аналіз спортивних коментарів, як жіночих, так і чоловічих змагань з баскетболу, де жіночі змагання при порівнянні із чоловічими виглядають залежними від їхніх стандартів, при цьому гендерне упередження реалізується за допомогою лише однієї лексичної одиниці: *"When CBS and ESPN covered the college basketball championships, commentators and graphics referred to the men's events as "The Final Four" and "The NCAA National Championship Game," while viewers were constantly reminded that they were watching the "Women's Final Four" and the "NCAA Women's National Championship Game""* [11], тоді як при описанні чоловічих спортивних змагань вживати слово Men's не вважають за потрібне.

Журналісти вищеназваного журналу наводять такі порівняльні характеристики жінок та чоловіків, що займаються спортом: *"The descriptions of athletes in the events studied also varied by gender. Commentators often used words like "big," "strong," "brilliant," "gutsy" and "aggressive" to describe men, while tending to save "weary," "fatigued,"*

“frustrated,” “panicked,” “vulnerable” and “choking” for women” [11]. Отже, в даному випадку для характеристики жінок використовуються лінгвальні одиниці із конотацією слабкості та неспроможності жінок досягти високих результатів, в той час як вербальні одиниці, що характеризують чоловіків, маркують їхню силу та успішність.

Іноді англomовні ЗМІ вдаються до порівнянь жінок-політиків із тваринами. Американський журнал Newsweek опублікував статтю під назвою *“The Bear Truth: Will the “Mama Grizzlies” Really Protect American Kids”*, [12, Sep.17, 2010] де на малюнку жінки-політики, що брали участь у передвиборчій компанії, зображені у вигляді ведмедів. Хоча асоціація із ведмедями грізлі і має конотацію захисту та спокою, таке порівняння є недоречним та зневажливим і імпліцитно виражає неповагу до жінок, які беруть участь у передвиборчій кампанії.

Іще однією стратегією реалізації гендерних упереджень є стратегія андроцентричного мовного висвітлення фактів, подій та явищ, тобто мовна фіксація картини світу з чоловічої точки зору та відтворення неповноцінності образу жінки. Дана стратегія, на наш погляд, представлена у сучасних англomовних ЗМІ двома тактиками. Перша тактика полягає у гіперболізації зовнішності та сексуальності жінок. Дана тактика втілюється за допомогою номінації саме тих фактів та явищ, що підкреслюють першочергову значущість даних факторів для жінок.

Ось як журнал Newsweek представляє роботу молодої актриси Хелл Беррі у фільмі “Меч-риба”: *“Berry also went topless in this 2001 film, but even when her lady parts were covered, there was little left to the imagination. How did she prepare for the role of a scantily-clad, computer-hacking femme fatale?”* [12, Sep.15, 2012]. Талант актриси, її професійні вміння повністю ігноруються і не сприймаються аудиторією як важливий фактор.

Надмірне зосередження на зовнішності жінок, а не на їх здібностях, талантах та людських якостях і підкреслення її важливості для чоловіків було і залишається однією із найпоширеніших тактик реалізації гендерних упереджень: *“Less is more when it comes to make-up, say men (but would they really like to see us completely bare-faced?)*

- *93 per cent agreed make-up improves a woman's appearance.*
- *Men from north of Britain more likely to prefer women in lots of make-up.*
- *But what men think of as 'natural' actually takes a lot of work, says expert. When it comes to attracting men, less is more where makeup is concerned.*

Almost three-quarters of British men say they prefer women to wear very little make-up – in the style of the Duchess of Cambridge rather than that of former TOWIE star Amy Childs – according to a poll [13, 20 Sep., 2012].

Другою тактикою втілення вищеназваної стратегії є тактика підкреслення другорядності жінок при здійсненні ними соціальних функцій та сімейних ролей. Здійснюється дана тактика за допомогою використання патріархальних стереотипів, що вказують на залежне положення жінки та здатність виконання нею лише примітивних суспільних функцій та традиційних біологічно детермінованих ролей.

Провідні телеканали демонструють рекламні ролики, у яких політики-чоловіки виконують функції, які згідно із застарілими стереотипами вважаються традиційно жіночими, щоб отримати підтримку виборців-жінок: *“At a breakfast gathering of Massachusetts Democrats at this month’s national convention, state party chairman John Walsh joked that Republican Sen. Scott Brown had “spent a couple million dollars folding towels on TV to prove he’s an honorary girl” in his race against Elizabeth Warren. The dig referred to a Brown campaign ad, targeting women voters, in which the senator is shown doing laundry”* [12, Sep. 17, 2012].

Навіть британський прем’єр-міністр Девід Камерун, який є досить популярним політиком і якого підтримує більшість британців вдається до таких стереотипів, щоб виправдати звільнення ним із парламенту трьох жінок-міністрів: *“As soon as anyone asked how an ostentatious episode of female demotion squared with woman-pleasing concerns about “scandalous under-representation”, the prime minister would speedily resurrect the version of himself as the bemused-yet-thoroughly committed young father whom we first met washing porridge bowls in those two-Conservatives-in-a-kitchen videos, filmed, if memory serves, by fellow housewives’ favourite, Steve Hilton”* [10, Sep.9, 2012].

Під час попередньої президентської виборчої кампанії у США молодого політика, кандидата у віце-президенти Сару Пейлін характеризують крізь призму інтерв’ю з її батьками: *“... Viewers see a clip of Palin’s mother Sally Heath saying, “I hope the world gets to know the real person, because she is a remarkable girl””* [14, Oct.2, 2008]. Вживання номінативної одиниці із нейтральною конотацією “girl” у даному випадку є прикладом тонкої і ретельно продуманої тактики реалізації гендерних упереджень, оскільки це принижує образ Сари Пейлін, перешкоджає сприйняттю її виборцями як серйозного та відповідального політика,

імпліцитно вказує на її інфантильність та незрілість для зайняття такої високої посади.

Навіть такі поважні публічні особи, як юрист Джеффри Роузен вдаються до заялжених стереотипів при характеристиці своїх колег-жінок: “*Her former clerks report that because Sotomayor is divorced and has no children, her clerks become like her extended family--working late with her, visiting her apartment once a month for card games*” [15, May, 14, 2009]. Характеризуючи Сою Сотомайор, яку президент Обама висунув на посаду судді Верховного Суду США, Роузен використовує старий абсурдний стереотип, що лише незаміжнім жінкам та тим, у кого немає дітей вдається бути успішними.

Отже, гендерні упередження займають окреме місце у системі упереджень і реалізуються за допомогою певних стратегій та тактик у мовній картині світу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кон И. С. Психология предрассудка. О социально- психологических корнях этнических убеждений / Игорь Семенович Кон // Новый мир. – 1966. – № 9. – С. 187–205. 2. Андреева Г. М. Психология социального познания / Галина Михайловна Андреева. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 288 с. 3. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты / Алла Викторовна Кирилина. – М.: Московский институт лингвистики, 1999. – 155 с. 4. Клецина И. С. Развитие гендерной компетентности государственных и муниципальных служащих в процессе гендерного образования / Ирина Сергеевна Клецина // Женщина в российском обществе. – № 3 (44). – С. 60–65. 5. Балгимбаева З. М. Психология гендерных предубеждений: история, теория и прикладные исследования / Зульфия Ммахмутовна Балгимбаева – Алматы: Алла Прима, 2008. – 160 с. 6. Allport G. The Nature of Prejudice / Gordon Allport. – N.Y.: Addison Wesley, 1954. – 537 p. 7. Dijk T. A. van Prejudice in Discourse: An Analysis of Ethnic Prejudice in Cognition and Conversation / Teun Adrianus van Dijk. – Amsterdam: Benjamins, 1984. – 294 p. 8. Wodak R. Discourse and Racism: European Perspectives / Ruth Wodak, Martin Reisigl // Annual Review of Anthropology. – 1999. – Vol. 28. – P. 175–199.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

9. Samborn H. V. Media Bias Against Women Stuck in Bygone Era / Samborn Hope Viner [Електронний ресурс] // Perspectives. – Vol. 19, № 3. – Winter 2011. – P. 1–4. – Режим доступу до журн.:

http://www.americanbar.org/content/dam/aba/hubpublishing/perspectives_magazine/2011winter_media_bias.athcheckdam.pdf.

10. Guardian [Електронний ресурс]. – Режим доступу до газ.: <http://www.guardian.co.uk>

11. Duncan M. C. Gender Bias in Televised Sports / Margaret Carlisle Duncan // Extra! Special Issue on Women. – 1992. – Режим доступу до журн.: <http://www.fair.org/index.php?hfge=2495>.

12. Newsweek [Електронний ресурс]. – Режим доступу до газ.: <http://www.thedailybeast.com/content/newsweek.html>.

13. Daily Mail [Електронний ресурс]. – Режим доступу до газ.: <http://www.dailymail.co.uk>

14. Lowen L. Sarah Palin, ‘Girl’ Candidate – Restricted Access Feeds Gender Bias in Coverage [Електронний ресурс] / Linda Lowen // About.com Women’s Issues. – 7 October 2008. – Режим доступу:

<http://www.womenissues.about.com/od/srahpalin/a/SarahPalinGirl.htm>. 15. Rosen J. The Case Against Sotomayor [Електронний ресурс] / Jeffrey Rosen // The New Republic. – 4 May 2009. – Режим доступу: <http://www.tnr.com/article/politics/the-case-against-sotomayor>