

УДК 8 81

DOI: 10.18384/2310-712X-2016-1-41-48

## ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ КАРТИНЫ МИРА В ТЕКСТЕ ЖУРНАЛЬНОГО ИНТЕРВЬЮ

**Пронякина М. В.**

*Государственный гуманитарно-технологический университет*

*142611, Московская область, г. Орехово-Зуево, ул. Зеленая, д. 22, Российская Федерация*

**Аннотация.** В статье рассматривается проблема гендерного аспекта картины мира в тексте журнального интервью. Прослеживается связь языковой и гендерной картины мира, её основные составляющие и их отражение в языке СМИ. Кроме того, в статье также уделяется внимание проблеме косвенной номинации с позиции гендерных исследований. В процессе исследования была выявлена связь с социокультурными факторами, в основе которых лежат биологические показатели, которые влияют на появление и употребление в речи тех или иных номинаций.

**Ключевые слова:** гендерная картина мира, языковая картина мира, язык СМИ, интервью, проблема косвенной номинации, гендерные исследования.

## THE GENDER ASPECT OF THE PICTURE OF THE WORLD IN ENGLISH TEXTS OF INTERVIEW

**M. Proniakina**

*Moscow State University of Humanities and Technology (Orekhovo-Zuyevo)*

*22, Zelyenaya str., Orekhovo-Zuevo, 142611, Moscow region, Russian Federation*

**Abstract.** The subject of the study is the gender aspect of the picture of the world as presented in English texts of interviews. The relation between the general picture of the world and the gender picture of the world reflected in the mass media texts is analysed. The problem of indirect nomination is also discussed within the framework of gender studies. The connection with sociocultural factors, based on biological characteristics, which influence the use of nominations in speech, was also established.

**Key words:** the gender picture of the world, the language picture of the world, the mass media language, journal interview, the indirect nomination issue, gender studies.

Журнальное интервью является одной из самых продуктивных форм диалогического общения, применяемых средствами массовой информации в целях сбора необходимой информации. В рамках интервью у интервьюера существует возможность осуществить непосредственное общение, а также интерес к человеку как личности, которая принимает активное участие в диалоге.

Журнальное интервью интересно тем, что имеет свою особенную структурно-композиционную и языковую специфику. Оно сочетает в себе слова, как изо-

бразительно-выразительные средства (содержание), и диалог, как форму коммуникации, что в конечном итоге позволяет рассматривать процесс межличностного общения с позиции полного и концентрированного выражения [6, с. 97].

Слова, как содержание, являются неотъемлемой частью выражения мысли. Мысль, в свою очередь, является продуктом сознания. Сознание каждой отдельной личности формирует систему взглядов на мир, или так называемую *картину мира* (КМ). Представления об окружающей нас действительности складываются на основе языка, таким образом, следует отметить наличие двух взаимосвязанных, но различных картин мира, а именно концептуальной (понятийной КМ), опосредованной языком, и языковой картины мира, содержащейся внутри самой системы языка [1, с. 39].

В центре *языковой картины мира* находится *языковая личность*, которую можно трактовать как человека, принимающего участие в процессе коммуникации и отражающего в своём речевом поведении как свой, так и общий языковой опыт человечества. Оппозицию индивидуального и общего принято рассматривать как диалектическое единство: «С помощью языка человек выражает свой внутренний мир, делая его интерличностным явлением. Таким образом, язык является необходимым средством приобщения индивида к обществу» [7, с. 148].

Лингвальная сторона языковой личности неразрывно связана с её гендерными характеристиками. Известно, что язык, с точки зрения гендерной лингвистики, рассматривается как отражательный элемент гендера,

который охватывает целый ряд вопросов: номинативную, лексическую и синтаксическую систему, а также категории рода и другие аспекты языка. Рассматривая наличие гендера в речи, следует отметить, что здесь исследуется коммуникативное поведение мужчины и женщины. Таким образом, языковая картина мира тесно переплетается с гендерной, основным вопросом которой является проблема гендерной идентичности, то есть «что есть социальный пол» и «каков его реальный континуум» [3].

Гендерный аспект картины мира включает в себя стереотипные представления о мужских и женских качествах, речевом поведении отдельной личности, принадлежащей к тому или иному полу, наличию в языке гендерной асимметрии, которая довольно часто проявляется за счёт негативной коннотации [9, с. 3] либо феноменов маскулинизации и феминизации речи индивида, а также о наличии гендерных номинаций в языке, которые отражают массовое сознание и культуру. Таким образом, основными атрибутами существования гендерной картины мира являются образы маскулинности и фемининности, так как они отражают фундаментальную особенность человеческой природы – фактор полового деморфизма [2].

Гендерное самоопределение личности связано с её развитием, которое определяется менталитетом, то есть оценочной частью сознания. Оценочная часть сознания развивается вместе с личностью и проходит вместе с ней все этапы взросления. На ранних этапах развития в связи с малым жизненным опытом личность не имеет способность к гендерной самоидентификации.

фикации, поэтому следует общепринятым гендерным стереотипам ответственного поведения и восприятия.

На позднем этапе взросления, когда оценочная часть сознания способна подвергаться резким изменениям в силу различных обстоятельств, личность может выбрать для себя либо общепринятую модель поведения, либо принять совершенно новую модель социального поведения, биологический пол при этом останется неизменным.

Интересным на сегодняшний день является то, что сейчас такие личностные качества, как активность, предприимчивость, рациональность, считаются необходимыми для достижения успеха и приобретения высокого социального статуса в обществе. Подобные личностные характеристики носят гендерно-маркированное значение, так как их смысловая направленность изначально была сформирована в рамках патриархата. Социокультурные изменения нашего времени позволяют личности идентифицировать себя с точки зрения гендера [8, с. 200].

Известно, что представители феминистского, а позднее – гендерного, направления в лингвистике яростно критиковали андроцентрические проявления в языке. Ярко выраженная маскулинизация стала причиной гендерной асимметрии. Примерами гендерной асимметрии могут служить глаголы с одновременно отрицательной и уничижительной коннотацией, которые в большей степени ассоциируются с женским полом, нежели с мужским (*giggle* – хихикать, *titter* – хихикать, *chatter* – болтать, *nag* – «пилить», *gossip* – сплетничать, *whimper* – ныть, *squander* – безрассудно тратить, etc.).

Благодаря изменениям, произошед-

шим в обществе, мы можем заметить появление некоторой концентрации гендерно-нейтральной лексики в языке. Ранее известный нам словообразовательный компонент “man” был постепенно заменён на “woman”, где это возможно, или на обезличенный “human” / “person” (*businessman* – *businesswoman* – *businessperson*; *spokesman* – *spokeswoman* – *spokesperson*; *chairman* – *chairwoman* – *chairperson* etc.). Также мы можем заметить гендерную асимметрию с позиции оценочных признаков. Сказав о женщине “men’s intellect, men’s character, tomboy”, мы сделаем ей комплимент; употребив в отношении мужчины “sissy, light-headed, milk-sop” – укажем на его негативные психологические характеристики.

Важным является то, что все происходящие изменения в сознании личности найдут прямое отражение в её языковой картине мира [4].

Возвращаясь к вопросу о журнальном интервью, отметим, что для нашего исследования особый интерес представляет проблема гендерных номинаций, которые часто встречаются в средствах массовой информации. СМИ отражают массовое сознание и культуру, а также устойчивые представления о мужском и женском. Данные представления закрепляются в языке посредством номинаций, которые складываются из общей идеи общества о предназначении мужчины и женщины в определённый период.

Рассматривая периодические издания, ориентированные на женщин и мужчин, можно выделить несколько общих тематических групп мужских и женских гендерных номинаций, которые отражают сегодняшние типы маскулинности и фемининности.

К мужским гендерным номинациям относятся следующие тематические группы: *Macho* (мачо), *Mr. President* (глава, руководитель), *Metrosexual* (метросексуал), *Bachelor* (холостяк).

Женские гендерные номинации включают такие группы, как *Flirtatious girl* (кокетка), *An iron lady* (женщина-руководитель), *Housewife* (домохозяйка), *Woman of fashion* (светская львица).

В каждом периодическом издании, ориентированном как на мужскую, так и на женскую аудиторию, можно встретить разделы, посвящённые каждой из представленных тематических групп: «отношения» – *Macho / Flirtatious girl*, «карьера» – *Mr. President / An iron lady*, «мода» – *Metrosexual / Woman of fashion*, «кулинария» – *Bachelor / Housewife*.

Гендерно-тематическая группа *Macho / Flirtatious girl* передаёт значение «обольститель / обольстительница, соблазнитель / соблазнительница». Представленная пара имеет довольно обширный синонимический ряд: *lady-killer, taker-your-breath-away, hot guy, lover; siren, seducer, Circe, pretty girl*. Концепция гендерно-ориентированных глянцевого издания построена на идеальных воплощениях маскулинности и фемининности. В зависимости от социальных установок коннотация атрибутивных признаков, входящих в поле денотата, будет варьироваться от положительной к отрицательной. Сегодня атрибутивная группа *Macho / Flirtatious girl* имеет положительную коннотацию: *self-assured, all-sufficient, experienced, attractive*.

Следующая группа – *Mr. President / An iron lady* – является прямым продолжением гендерно-тематической

группы *Macho / Flirtatious girl*. Эта связь характеризуется наличием в обществе изменений, связанных со временем, в котором мы живём. Карьера одинаково важна как для женщины, так и для мужчины. Концепция глянцевого периодического издания рассчитана на читательскую аудиторию, которая заинтересована в успешных и обладающих ярко выраженной гендерной дифференциацией людях. В синонимический ряд пары *Mr. President / An iron lady* входят следующие номинации: *chairman / -woman, businessman / -woman, boss*. Для СМИ характерна положительная атрибутивная оценка гендерной пары *Mr. President / An iron lady: well-educated, successful, persuasive, diplomatic*.

Пара *Metrosexual / Woman of fashion* представлена следующими номинациями: *narcissus, neomacho, ubersexual; celebrity, star* etc. СМИ используют данную пару для обозначения людей, активно следующих моде. На сегодняшний день терминами *metrosexual / women of fashion* обозначаются не люди, слепо следующие моде, а личности, которые изысканны в своих предпочтениях и вкусах, заботятся о своей внешности, обладают хорошими интеллектуальными способностями, заинтересованы в карьерном росте, как одной из основных целей в жизни. Семантическое поле данной группы характеризуется следующими признаками: *elegant, smart, considerate, thoughtful*.

Гендерная группа *Bachelor / Housewife* на первый взгляд кажется противоречивой, но если изучить периодические журналы более внимательно, можно заметить связь между ними. Данная связь ярко проявляется в разделах, посвящённых кулинарии, а

также отношениям. Для мужчины и женщины одинаково необходимо обладать определённым кулинарным минимумом. Таким образом, способность мужчины приготовить пищу стала не редкостью, а новым социальным стереотипом, который имеет место наравне с женским стереотипом – «домохозяйка», «идеальная жена». Рассматривая мужчину с позиции нового социального стереотипа можно выделить следующий ряд номинаций: *cook, culinary*, – атрибутивные признаки которых носят положительный характер: *talented, independent, capable*.

С точки зрения социальных отношений между мужчиной и женщиной данная гендерно-тематическая группа обладает следующим синонимическим рядом: *unmarried, in active search, uncoupled; married, wife, mother*. В связи с тем, что для СМИ необходимо создать идеальный законченный маскулинный / фемининный образ, атрибутивные признаки могут иметь как положительную, так и отрицательную характеристику: *women hater-women lover, captious-experienced, lonely-unattached*.

Известно, что проблема номинации характеризуется двойственной природой: гендерной и лингвистической. С точки зрения лингвистики проблеме номинации следует рассматривать как совокупность внутриязыковых особенностей, оказывающих влияние на количественную и качественную репрезентативность в языке. Рассматривая данную проблему с позиции гендера, можно выявить некоторую связь с социокультурными факторами, в основе которых лежат биологические показатели, влияющие на появление и употребление номинаций в речи.

В речевом общении особый интерес представляет изучение косвенных номинаций, которые чаще всего можно встретить в диалоговом жанре, что предполагает их ориентированность на адресата. Косвенные номинации как прагматический параметр высказывания можно охарактеризовать как детерминированную интенцию говорящего назвать объект (номинант) определённым образом в соответствии с теми его признаками, на которых говорящий хочет сфокусировать внимание слушающего, либо говорящий выбирает такую номинацию, с помощью которой вызовет желаемую реакцию у адресата [5, с. 106].

Проанализировав ряд периодических журналов, мы пришли к выводу, что, несмотря на присутствие в женской речи маскулинных признаков, некоторые отличительные особенности всё же остались. В отличие от мужчины, женщина более склонна к использованию косвенных номинаций в своей речи. В связи с этим можно сделать предположение, что таким образом женщине легче передать всю гамму эмоций и сфокусировать на этих ощущениях либо признаках внимание адресата.

*As a teenager, I was the devil's spawn (Cosmopolitan, Nov., 2013).*

В данном примере респондент использует выражение *the devil's spawn* в качестве метафоры с целью демонстрации своего взросления и понимания того, что в юности вела себя неправильно.

*I didn't feel a part of that all. It was like Crocodile Dundee when he first goes to New-York City (Cosmopolitan, Dec., 2013).*

Приведённый пример иллюстри-

рует сравнение интервьюируемого с главным героем фильма, который был отрезан от цивилизации. Таким образом, внимание адресата акцентируется на ассоциативной связи с широко известным фильмом и на одновременном чувстве изолированности и новизны, которые испытывала интервьюируемая в начале своей карьеры.

*But she didn't let anyone turn her into bubblegum princess (Cosmopolitan, Nov., 2013).*

Выражение *bubblegum princess* приобрело в современном английском языке статус стилистической фигуры – антономазии. В данном примере выражение «тинейджеровская поп-принцесса» заменяет имя собственное, а именно *Бритни Спирс*, которая долгое время пользовалась широкой популярностью среди подростков, одним из образов которой была привлекательная, юная *школьница-барби*. Таким образом, внимание адресата акцентируется на нежелании респондента быть таким как все.

*Woman after my own heart (Glamour, March, 2015).*

Прагматический аспект данного примера выражен желанием интервьюера поддержать стремление женщины-повара, её желание преуспеть, а также взгляды на её профессиональную сферу в общем. Ядерным элементом номинации является “heart”, которое включает в себе позитивную семантику, связанную с возвышенными чувствами. В данном примере “heart” используется в качестве метафоры, так как интервьюер не имеет в виду сердце как орган, а именно как эмоциональную составляющую.

*Prince Charming doesn't just rescue a damsel in distress – it's about two people*

*who make each other better (Glamour, March, 2015).*

Приведённый пример описывает ситуацию взаимоотношений между мужчиной и женщиной. Ядром является устойчивое выражение «дама в беде». Данное выражение включает в себе юмористический и несколько негативный оттенок беспомощности и слабости.

*Because pastry is a girl's ghetto (Glamour, March, 2015).*

В последнем приведённом нами примере ярко проиллюстрирована негативная косвенная номинация. Прагматическим аспектом описываемой ситуации является половая дискриминация, которая в силу людских предубеждений имеет место в ресторанном бизнесе (женщина не может быть поваром). Интервьюер употребляет номинацию “ghetto”, которая в первичном значении имеет негативный оттенок отчуждённости, отгороженности от окружающего мира. Эффект негативного плана данного примера усилен за счёт прилагательного “girl's” – женский, что затрагивает вопрос о равенстве полов. Таким образом, из примера следует, что “pastry is a girl's ghetto” / *выпечка – женская территория* (больше женщину ни к чему допускать на кухне нельзя).

Проанализировав гендерные номинации на примерах гендерно-ориентированных периодических изданий, мы приходим к выводу, что большинство гендерных номинаций выполняют, прежде всего, номинативную функцию для обозначения маскулинных и фемининных образов, формирующихся на основе совокупности языковой и гендерной картины мира. Благодаря номинативной функции обеспечива-

ется выполнение характеризующей функции, в состав которой входят различные гендерные стереотипы.

Основная цель периодических изданий заключается в создании и отражении идеальных маскулинных / фемининных образов. В связи с этой концепцией интервью предпочтительнее всего брать у людей, входящих в состав одной из приведённых выше гендерно-тематических групп. Несмотря на то, что женская речь находится в процессе преобразования, характерная для неё самобытность всё ещё сохраняется. Вероятность употребления косвенных номинаций намного выше

именно в женской речи, нежели в мужской. Женская речь отличается яркостью образов, и из приведённых нами примеров можно заметить, что косвенные номинации, использованные женщинами-интервьюерами в ходе интервью, эмоционально насыщены и менее нейтральны.

Проблема номинации занимает важное место в языкознании. Применение гендерного подхода позволяет по-новому взглянуть на процессы формирования аксиологической лексики и семантико-функциональных особенностей.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Блох М.Я. Концепт и картина мира в философии языка // *Пространство и время*. 2010. № 1. С. 37–40.
2. Булычев И.И. Образы маскулинности и фемининности в формате гендерной картины мира [Электронный ресурс]. 2004. URL: <http://credonew.ru/content/view/384/56/> (дата обращения: 23.05.2015).
3. Булычев И.И. Гендерные исследования: методология и методика [Электронный ресурс]. 2004. URL: <http://www.chestisvet.ru/index.php> (дата обращения: 23.05.2015).
4. Волоснова Ю.А. Политкорректность и вмешательство в гендерную картину мира [Электронный ресурс] // *Естествознание и гуманизм*. 2006. Т. 3. № 1. URL: <http://teleconf.ru/sborniki-nauchnyih-trudov/> (дата обращения: 06.04.2015).
5. Кольцова Е.А. Гендерный аспект косвенных номинаций // *Язык и межкультурная коммуникация: сборник статей I Международной конференции*. Астрахань, 2007. С. 104–107.
6. Кошкарова Н.Н. Нарушение асимметрии ролей партнёров в интервью: вектор конфликтного дискурса // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2008. № 16. С. 95–99.
7. Михалевич О.А. Проблема изучения языковой личности в лингвистике: исторический аспект // *Вестник КРАУНЦ. Гуманитарные науки*. 2011. № 1. С. 145–151.
8. Чуркина Н.А. Маскулинизация фемининности как адаптационная стратегия. Тамбов: Грамота, 2013. № 3 (29). С. 199–202.
9. Suzanne Romaine. *Language and Gender* / Merton College, University of Oxford, UK, 2001. 6 p.

#### REFERENCES

11. Blokh M. YA. Kontsept i kartina mira v filosofii yazyka [The concept and picture of the world in the philosophy of language] // *Prostranstvo i vremya*. 2010. no. 1. pp. 37–40.
2. Bulychev I. I. Obrazy maskulinnosti i femininnosti v formate gendernoi kartiny mira [Elektronnyi resurs]. 2004 [Images of masculinity and femininity in the format of gender picture of the world [Electronic resource]. 2004]. URL: <http://credonew.ru/content/view/384/56/> (request date 23.05.2015)

3. Bulychev I.I. Gendernye issledovaniya: metodologiya i metodika [Elektronnyi resurs]. 2004 [Gender research: methodology and methods [Electronic resource]. 2004]. URL: <http://www.chestisvet.ru/index.php> (request date 23.05.2015)
4. Volosnova YU.A. Politkorrektnost' i vmeshatel'stvo v gendernuyu kartinu mira [Elektronnyi resurs] [Political correctness and intervention into the gender picture of the world [Electronic resource]] // Estestvoznaniye i gumanizm. 2006. Vol. 3. no. 1. URL: <http://teleconf.ru/sborniki-nauchnyih-trudov/> (request date: 06.04.2015).
5. Kol'tsova E.A. Gendernyi aspekt kosvennykh nominatsii [The gender dimension of indirect categories] // Yazyk i mezhdunarodnaya kommunikatsiya: sbornik statei I Mezhdunarodnoi konferentsii [Language and intercultural communication: materials of the I International conference]. Astrakhan, 2007. pp. 104–107.
6. Koshkarova N.N. Narusheniye asimmetrii roli partnerov v interv'yuu: vektor konfliktного diskursa [Violation of the asymmetry of the partners' roles in the interview: the vector of the conflict discourse] // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. 2008. no. 16. pp. 95–99.
7. Mikhalevich O.A. Problema izucheniya yazykovoi lichnosti v lingvistike: istoricheskii aspekt [The problem of studying linguistic personality in linguistics: historical aspect] // Vestnik KRAUNTS. Gumanitarnye nauki. 2011. no. 1. pp. 145–151.
8. Churkina N.A. Maskulinizatsiya femininnosti kak adaptatsionnaya strategiya [Masculinization of femininity as an adaptation strategy] // Tambov: Gramota. 2013. no. 3 (29). pp. 199–202.
9. Suzanne Romaine. Language and Gender / Merton College, University of Oxford, UK, 2001. 6 p.

---

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

*Пронякина Маргарита Владимировна* – аспирант кафедры английского языка Государственного гуманитарно-технологического университета;  
e-mail: [pronyakina\\_margo@mail.ru](mailto:pronyakina_margo@mail.ru)

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

*Proniakina Margarita* – postgraduate student at English department of Moscow State University of Humanities and Technology;  
e-mail: [pronyakina\\_margo@mail.ru](mailto:pronyakina_margo@mail.ru)

---

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКАЯ ССЫЛКА

*Пронякина М. В.* Гендерный аспект картины мира в тексте журнального интервью // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2016. № 1. С. 41–48. DOI: 10.18384/2310-712X-2016-1-41-48

#### BIBLIOGRAPHIC REFERENCE

*M. Proniakina.* The gender aspect of the picture of the world in english texts of interviews // Bulletin of Moscow State Regional University. Series: Linguistics. 2016. no 1. pp. 41–48. DOI: 10.18384/2310-712X-2016-1-41-48