

УДК [070.4:316.346. 2- 055.2] (476)

ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ МОДИФИКАЦИИ ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА (ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ)

Цыбульская М.П.

Белорусский государственный университет, г. Минск

Анализируется журналистский текст с точки зрения гендерной дифференциации.

Ключевые слова: гендер, пол, мужские и женские тексты, андроцентризм

Постановка проблемы. Современный журналистский текст в своём разнообразии отражает характер изменений в обществе, в нём оперативно реализуются парадигматические возможности языка, диагностируются эволюционные изменения в речи.

На современном этапе общество стремится к ликвидации гендерной асимметрии. Это проявляется во всех сферах жизни. Если в социальной деятельности человек может интенсифицировать некоторые процессы, то в языке они находят свое преломление далеко не сразу. Это касается, в первую очередь, гендерного аспекта. Такие безэквивалентные по родовому признаку слова, как оператор, профессор, доцент, технолог и т.д., требуют тщательного рассмотрения с позиций проявления иерархии в бинарной оппозиции социальных слоёв по типу мужчина/женщина. В популярном феминистском издании «Words that count women out» (слово «out» в названии перечёркнуто и заменено на слово «in»: получается – «Слова, которые исключают (включают) женщин»), изданном в Канаде ещё в 1992 г., путем дискурсного анализа определяется отчетливая стратегия, реализующаяся в СМИ, – стратегия «вычеркивания», лишения слова и в общем смысле – права на речь, которая рецептируется при помощи «силовых приемов», функционирующих в социальном дискурсе. В речевой практике существует множество слов и выражений, устойчивых оборотов и форм общения, которые исключают женщин из поля внимания и социального контекста. Таковы, например: Weatherman – радиокomentатор, читающий сводки погоды, Frenchman – слово, говорящее о том, что все жители Франции мужчины, Mankind – слово, подразумевающее, что все люди – мужчины...

Как видим, проблема «вычеркивания» из речи и, как итог, из социальной жизни, проявления власти, доминирующего положения в иерархии крайне ощутима, и в гендерном отношении имеет свою научную привлекательность.

Цель статьи. Анализ языка белорусских СМИ показывает, что в них достаточно речевых и риторических проявлений неравноценности женщин в социальной иерархии. Однако стратегия «вычеркивания» женщин из социального дискурса имеет иные проявления, чем в других социолектах. Это позволяет

переосмыслить журналистский текст, проанализировать способы подачи информации, характерные для обоих полов, выявить их типологические и индивидуальные модификации. Например, большинство ученых, занимающихся данной проблемой (А.Ю. Беляева, А.В. Кирилина, О.С. Осинская, Е.И. Горошко, Т.В. Гомон), отмечают существенные различия в устной и письменной речи мужчин и женщин.

В эпоху постмодернизма активизировались процессы авторизации публицистического дискурса, персонификации самого журналиста в нем. В публицистическом тексте реализуется языковая личность, происходит, в том числе, и половая идентификация журналиста. По определению Ю.Н. Караулова, «языковая личность есть личность, выраженная в языке (текстах) и через язык, есть личность, реконструированная в основных своих чертах на базе языковых средств» [1, с. 38]. Гендер влияет на журналистский текст и имеет явные речевые характеристики.

Для наблюдений было взято общественно-политическое издание «СБ. Беларусь сегодня». Статистический анализ языковых единиц информационных материалов показал, что письменная речь мужчин и женщин по использованию тех или иных частей речи отличается весьма незначительно. Употребление имен существительных, прилагательных и глаголов в текстах мужчин-журналистов и женщин-журналистов не имеет существенной разницы. Наблюдаются лишь отличия в употреблении союзов и модальных частиц. Для мужского текста свойственны короткие синтаксические конструкции (поэтому меньше союзов) и практически отсутствуют частицы (мужчины менее эмоциональны).

Статистические данные, иллюстрирующие эти положения, приведены в таблице (СБ., 2006, 29 сент.):

Части речи	Мужские тексты		Женские тексты	
	Кол-во единиц	%	Кол-во единиц	%
существительное	189	43,5	184	34,5
прилагательное	71	15	62	13,5
глагол	45	10	47	10
местоимение	21	4,7	22	5
числительное	4	0,8	5	1,5
причастие	4	0,8	4	0,8
деепричастие	1	0,2	-	0
предлог	38	8,5	46	10,5
частица	15	3,3	27	8
союз	25	6,7	43	9,5
наречие	11	2,5	16	3

С точки зрения семантической наполняемости мужских и женских текстов анализ показал, что женские тексты более эмоциональны, метафоричны, полны эвфемизмов («холодная война горячих парней», «телефон опасения», «русская тюрьма» только начинается»). Для мужских текстов характерно употребление вводных конструкций со значением констатации (как известно, я убежден, уверен), для женских – со значением неуверенности (наверное, возможно, может быть). Для речи женщин характерны уменьшительно-ласкательные формы: «Ну одну минуточку, одну минуточку можно ведь подождать! Куда ты так торопишься, симпатяшка?!» или «Я засмушалась и подождала еще 15 минуток» (СБ., 2008,

22 фев.). Е.С. Ощепкова отмечает: «мужской текст короче женского, в нем больше ошибок, большее разнообразие словаря и меньше речевых клише, намного меньше описаний и упоминаний своих эмоций. Женский текст, напротив, напоминает больше речь в состоянии эмоционального напряжения, часто присутствуют и упоминания своих собственных разнообразных эмоций» [2, с. 102]. В публикациях, которые написаны мужчинами, преобладает анализ ситуаций, нацеливающий читателя сделать выбор в пользу «своих», «хороших». Журналисты-женщины предпочитают проблемные статьи, по средствам которых достигается цель: найти правильный выход. Так С.К. Табурова утверждает, что мужчины имеют спектр эмоций по шкале «хороший» – «плохой», а женщины вербализуют эмоции по шкале «правда» – «ложь» или «правильный» – «неправильный» [3, с. 87-91].

В печатных средствах массовой информации существует стереотипное с отрицательной коннотацией восприятие «женского», закрепленного и в языке. В журналистских текстах преобладает мужская картина мира. Язык СМИ насыщен проявлениями андроцентризма:

- номинация женщины мужским родом (ответственный секретарь, лучший работник, молодой директор, перспективный служащий и др.). Номинация в мужском роде положительная, а в женском имеет порой отрицательную коннотацию (директорша, секретарша, президентша и др.). Следует указать, что при этом теряется словообразовательное значение суффикса -ш-;

- презентация в языке обозначения лиц любого пола в форме мужского рода. Если надо сказать о работниках и работницах завода, то достаточно употребить форму мужского рода: «Уважаемые работники!..». В единственном числе синтаксическое согласование требует форму мужского рода от всех согласующихся с данной номинацией форм независимо от пола индивидуума;

- название одних и тех же профессий в женском и мужском вариантах неравнозначные (врач – врачиха, секретарь – секретарша, бухгалтер–бухгалтерша). Заметно обозначение низкооплачиваемых и малопрестижных профессий формой женского рода (доярка, уборщица, свиначка), а для обозначения высокого профессионального статуса язык предусмотрел только форму мужского рода (ректор, декан, министр).

Признаки андроцентризма широко представлены на страницах белорусских СМИ: «Сейчас планируем взять на стажировку не меньше 15-20 студентов, – рассказывает менеджер по поиску и подбору персонала иностранного предприятия «Самсолюнск» Екатерина Косарева. – В прошлом году приняли на работу более 30 молодых специалистов. Много нынешних сотрудников пришли к нам будучи на 3-м курсе и даже первокурсниками. 15-20% персонала – студенты. Молодые люди проходят у нас производственную практику, стажировку» (СБ., 2007, 26 апр.). Данный пример показывает: 1) что профессия героини не имеет в русском языке эквивалента в женском роде, 2) существительные «специалисты», «студенты», «первокурсники» и словосочетание «молодые люди» предполагают, что речь идет о представителях мужского пола, однако в статье говорится не только о них. Автор использует форму мужского рода, чтобы показать присутствие обоих полов, экономя, тем самым, языковые средства. Интересно, что менеджер предприятия,

являясь представительницей слабого пола, использует «мужской» язык. Эта тенденция наблюдается у многих женщин, особенно тех, кто занимает руководящие посты: «Думаю, что количество браков возрастет, – делится со мной ожиданиями начальник отдела ЗАГС Лунинецкого райисполкома Светлана Яроцкая. – К нам даже пожилые люди приходят – те, что живут с новым ЗАГСом по соседству» (СБ., 2007, 19 апр.). Серьезная должность начальника не позволяет автору употребить «сниженную» женскую форму. Порой автор-женщина употребляет общий (мужской) род специально, дабы сориентировать мужчин на статью, в которой есть полезная информация и для них. Ведь представители сильного пола, увидев женское авторство, могут отказаться от прочтения материала. Так, в статье «Комфорт – двигатель прогресса» автор Надежда Декола одной формой мужского рода определяет читательский спектр (и мужской и женский): «лично меня, как простого посетителя крупнейшей в стране IT-выставки...» (СБ., 2007, 26 апр.). Данная статья подтверждает и другие выводы: «А главное, на сайте вы сможете ввести данные по вашим счетчикам, – рассказала заместитель директора по экономическим и финансовым вопросам предприятия Галина Вошевоз. – То есть теперь для этого не нужно тратить время и нервы, чтобы дозвониться и прийти в ЖЭС. Сообщить специалистам всю необходимую информацию для начисления лицевого счета можно даже в последний день отчетного месяца, не вставая из-за компьютера у себя дома» (СБ., 2007, 26 апр.). Форма «заместитель, директор» для нас скорее норма, чем исключение, и под словом «специалист» мы также привыкли видеть представителей обоих полов. Мужской язык все чаще используется женщинами.

Уместной иллюстрацией сказанного можно считать пример осознанного лишения женщины собственного голоса в диалоге политики. Если сравнить вербальный портрет Маргарет Тэтчер, жесткого политика с логичной, хорошо выстроенной речью, с современными женщинами-политиками, то ее выступления покажутся нам безобидными и в высшей степени тактичными, потому что в речемыслительной деятельности англичан за женщиной-политиком признается право ею и оставаться. Это, наверное, и стало причиной проявления со стороны бывшего председателя Верховного Совета РСФСР Р. Хасбулатова, что активно обсуждалось в тогдашней прессе, «речевой агрессии», когда на заседании парламента он назвал премьер-министра Англии «бабешкой».

Современная журналистика все больше приобретает женское лицо. Это проявляется в нарастающей тенденции дисбаланса по гендерному признаку как в студенческих аудиториях, так и в практической журналистике.

В Беларуси есть уникальное издание, руководителем которого является Елена Береснева, – областная газета «Гродненская правда». Можно констатировать, что в нем органично проявляется образ славянской женщины, который проектируется на белорусскую действительность и в то же время является ее зеркалом. «Сердце лечит сердцем», «Пусть мама меня непременно найдет», «Ах, фестиваль... Удивительный миг!» (Гродненская правда, 2008, 21 июня) и многие другие заголовки, характерные для этой газеты, наполнены эмотивной лексикой с ярко выраженной мелиоративной окраской. Такого рода явления порождают на творческих семинарах дискуссии:

какова должна быть современная журналистика, как преодолеть творческий кризис в быстроменяющемся информационном пространстве.

Выводы. Анализ современных белорусских СМИ позволяет говорить о том, что в журналистских текстах мужчин и женщин не наблюдается существенных различий в языковой парадигме. Они имеются в выборе типологических речевых стратегий. Так, для белорусского языка характерно очевидное проявление толерантности к женщине. Это выражается как на языковом, так и на речевом уровнях. Словообразовательные возможности белорусского языка (как и украинского) в поиске номинаций по роду занятий, социальной принадлежности для женщин в социуме несоизмеримо большие, нежели в русском, английском и др. языках. Например, в белорусских СМИ кодифицируются имена нарицательные типа «доктарка», «прафесарка», «паэтка», «гандлярка», «калежанка», «дацэнтка», «дырэктарка», «менеджэрка» и мн. другие. Объяснением тому является литературно-устная традиция формирования современного белорусского языка, в отличие от книжно-письменной традиции русского литературного языка. В таком плане типологические характеристики гендера белорусских СМИ определенно отличаются. При этом наблюдается изоморфизм русского элемента в белорусскоязычных СМИ, который приводит к распознаванию кон- и дивергентных явлений «силового принуждения», основанного на гендерной традиции.

Список литературы

1. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М., 1987.
2. Ощепкова Е.С. Идентификация пола автора по письменному тексту (лексико-грамматический аспект). – М., 2003.
3. Табурова С.К. Гендерные аспекты поведения парламентариев (на материале парламентских дебатов в ФРГ) // Социологические исследования, 1999. – № 9.

Цыбульська М.П. Типологічні модифікації журналістського тексту (гендерний аспект)

Аналізується журналістський текст з точки зору гендерної диференціації.

Ключові слова: гендер, стать, чоловічі та жіночі тексти, андроцентризм

Tsybul'skaya M.P. Typological modifications of the journalistic text (gender aspect)

The journalistic text is analyzed from the gender differentiation standpoint.

Key words: gender, sex, male and female texts, androcentrism

Пост упила в редакцію 21.08.2008 г.