

RU

Стереотип женщины-политика в американском массмедийном дискурсе

Коваль А. А.

Аннотация. В статье рассматривается актуальная проблема смены коллективных убеждений о роли мужчины и женщины в обществе, вследствие чего в языке возникают новые гендерные стереотипы. Цель работы - выявить дискурсивные инструменты конструирования стереотипа женщины-политика в массмедийном дискурсе США. Научная новизна работы обусловлена междисциплинарным подходом к исследованию проблемы и заключается в выявлении дискурсивных технологий конструирования современного стереотипа женщины-политика в США. В результате выявлены наиболее воспроизводимые признаки данного гендерного стереотипа, установлено наличие гендерного сдвига в американской культуре, описаны его характер и интенсивность.

EN

Stereotype of Female Politician in the American Mass Media Discourse

Koval A. A.

Abstract. The article addresses the topical issue of the shift in collective beliefs about the role that men and women play in the society, as a result of which new gender stereotypes arise in a language. The paper aims to identify discursive tools for constructing the stereotype of a female politician in the mass media discourse of the USA. Scientific novelty of the work is accounted for by taking the interdisciplinary approach to studying the issue and lies in identifying discursive technologies for constructing the modern stereotype of a female politician in the USA. As a result, the researcher has identified the most reproducible features of this gender stereotype, determined that there is a gender shift in the American culture, and described its nature and intensity.

Введение

В современной лингвистике отмечается растущий интерес к гендерным исследованиям. Необходимость изучения гендера обусловлена стремительно развивающейся политической ситуацией в США, где в 2016 и 2020 гг. в президенты баллотировались два женских кандидата, о чем по сей день пишется множество статей. СМИ, как известно, являются мощным средством воздействия на общественное мнение, а следовательно, могут принимать участие в конструировании новых, возникающих на фоне социальных и политических изменений, гендерных стереотипов. Гендер, или социокультурный пол, не является лингвистической категорией, но его содержание можно раскрыть путем анализа языковых единиц, что объясняет востребованность лингвистической компетенции для изучения культурной репрезентации пола.

Объектом исследования является массмедийный дискурс США.

Предмет исследования – дискурсивные технологии (инструменты) формирования общественного мнения о современных гендерных ожиданиях в США.

Исследование предполагает решение следующих задач:

- определить понятие «гендерный стереотип» в современной системе междисциплинарного знания;
- выделить идентификационные признаки стереотипа женщины-политика;
- определить наличие и степень гендерного сдвига в системе ролей мужчин и женщин в политической сфере.

Совокупность методов исследования определена его междисциплинарностью и включает в себя дискурсивный, контекстуальный, сопоставительный и контент-анализ.

Теоретической базой исследования послужили труды Дж. Скотта [11], Е. С. Гриценко [1], А. А. Денисовой [2], О. Ю. Черных [9; 10], Р. М. Мукашевой [4], А. В. Кирилиной [3], посвященные изучению гендера как социального конструкта. Также учитывалась работа Н. В. Сорокиной [8], в которой была разработана типология

социальных стереотипов. Важным аспектом исследования было определение понятия «дискурсивные технологии», что стало возможным благодаря трудам О. В. Николаевой, Е. В. Тереховой [5; 6], Е. А. Подольской [7].

Материал исследования представлен электронными версиями национальных изданий газет *Washington Post*, *Chicago Tribune*, *USA Today*, *New York Times*, *Boston Globe* [12-15] и других, из которых методом сплошной выборки отбирались статьи о политике, опубликованные в период с 2015 по 2020 год. Затем в каждой статье выделялись дискурсивные фрагменты, содержащие один или более фемининный референт. Таким образом, всего было отобрано 43 статьи о политике, в которых произведен анализ 93 дискурсивных фрагментов.

Практическая значимость работы: результаты исследования могут быть использованы в вузах гуманитарного направления при изучении спецкурсов и спецсеминаров по дискурсологии, социолингвистике, лингвистической гендерологии, межкультурной коммуникации, когнитивной лингвистике. Текстовые фрагменты газет могут найти применение в качестве иллюстративного материала для учебных, учебно-методических пособий по журналистике для демонстрации дискурсивных инструментов воздействия на аудиторию.

Понятие «гендерный стереотип» в междисциплинарной научной парадигме

Подход к определению гендерного стереотипа в данной работе обусловлен междисциплинарным характером предмета исследования и лежит на стыке дискурсологии, гендерологии и лингвосоциокulturологии.

Основополагающим принципом в современной гендерологии является принцип социоконструктивизма. В фокусе исследований в настоящее время находится вопрос: как гендер и гендерные стереотипы конструируются в языковой коммуникации и какие способы вербализации при этом используются [9, с. 538]? При этом одна из центральных задач современной гендерной лингвистики – выявление характера средств выражения концептов фемининности и маскулинности: универсального или этноспецифического [4, с. 95].

Приступая к анализу конструирования гендера в целом и в массмедийном дискурсе в частности, необходимо изложить особенности понятий «гендер» и «гендерный стереотип». А. А. Денисова определяет гендер как «сложный социокультурный конструкт: различия в ролях, поведении, ментальных и эмоциональных характеристиках между мужским и женским, конструируемые обществом» [2]. Согласно А. В. Кириловой, гендерные стереотипы являются частным случаем стереотипа и обнаруживают все его свойства. Под гендерными стереотипами автор понимает «культурно и социально обусловленные мнения и пресуппозиции о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражение в языке» [3, с. 75].

До 60-х годов прошлого столетия термин «гендер» использовался в языкознании применительно только к грамматической категории рода. Суть заимствования данного термина из грамматики в том, что условные различия между полами в общественном разделении труда и ролей в семье, сегрегации социального пространства столь же условны, как и род существительных. Дж. Скотт разделяет понятие гендера на две связанные между собой части: «Гендер – это конститутивный элемент социальных отношений, основанных на внешних различиях между полами, и гендер – это первичный способ разграничения власти» [11, р. 42]. Определяя гендер, Скотт делает акцент на том, что гендерные отношения – не просто социальная условность и конструкция, а конструкция, основанная на власти, то есть сегрегации и иерархии.

В данной работе принято положение о том, что массмедийное формирование гендерного конструкта приводит к образованию в обществе гендерного стереотипа. В обыденной жизни стереотип зачастую воспринимается как субъективное и негативное мнение о чем-либо. Однако в когнитивистике понятие стереотипа сближается с понятием концепта, который экономит ментальные усилия человека при познании действительности. Так, У. Квастхофф утверждает, что «нормальная переработка информации невозможна без стереотипов» [Цит. по: 8, с. 122].

Говоря о лингвосоциокulturальном аспекте гендерных отношений, мы обращаемся к единству языка, культуры и мышления. В основе множества исследований в когнитивной парадигме лежит принцип взаимообусловленности и взаимосвязи компонентов этой триады [5, с. 61]. Таким образом, язык становится средством описания самого себя, являясь при этом отражением культуры народа и фактором, определяющим образ его мышления. Мышление протекает благодаря процессам категоризации, а в процессе категоризации, в свою очередь, формируются категории фемининности и маскулинности, тесно связанные с эталоном женщины и мужчины.

Гендерные стереотипы неотделимы от представления об идеальной женщине или мужчине, а также от представлений об их предназначении и месте в социуме. Каждая эпоха диктует свои нормы, и на протяжении столетий сохранялся патриархальный уклад в обществе. В настоящее время он по-прежнему определяет образ мышления многих людей, однако в СМИ все чаще стали появляться заголовки об активных, сражающихся за первые места практически во всех сферах женщинах.

Учитывая степень влияния СМИ на общественное мнение, трудно переоценить важность изучения дискурсивных технологий конструирования стереотипов. При этом акцентируется внимание на термине «технологии». В контексте изучения дискурса обычно принято говорить о стратегиях, что представляется совокупностью технологий или тактик. Термин «стратегия» видится более широким и комплексным, включающим в себя такие составные элементы, как технологии. Вслед за Е. А. Подольской мы определяем технологии как «способ реализации людьми конкретных сложных процессов путём расчленения их на систему последовательных, взаимосвязанных процедур и операций, которые выполняются более-менее однозначно и имеют целью достижение эффективности» [7]. При определении термина «дискурсивные технологии» мы, вслед

за О. В. Николаевой и Е. В. Тереховой, исходим из положения о том, что «дискурс современных СМИ является редактированием и комментированием специально подобранной информации. <...> Основные концепты, на которых строится весь нарратив, являются прагматически-заданными» [6, с. 133-134]. Таким образом, под дискурсивными технологиями мы понимаем рекуррентные речевые инструменты (или средства), направленные на формирование у читательской аудитории прагматически-заданных качеств и свойств референта.

Идентификационные признаки стереотипа женщины-политика

Анализ материала производится в несколько этапов: 1) с помощью инструментов контент-анализа подсчитываются наиболее частотные эксплицитные языковые средства, используемые для описания женщины-политика; 2) производится их контекстуальный анализ; 3) более сложные структуры подвергаются дискурсивному анализу для выявления имплицитных признаков стереотипа; 4) составляется перечень воспроизводимых характеристик стереотипа; 5) производится сопоставление признаков современного стереотипа о женщине с традиционным, а также современного стереотипа мужчины-политика со стереотипом женщины-политика с целью определить наличие и степень гендерного сдвига.

В большинстве гендерных исследований в языке в качестве наиболее продуктивных средств вербализации стереотипов представлены лексические и морфологические средства. В данном исследовании выявлены как эксплицитные, так и имплицитные способы гендерного моделирования, которые обнаруживают себя на разных уровнях языка. Так, выделены:

- лексические средства, выраженные: гендерно-маркированными лексическими единицами, метафорическими, метонимическими средствами (например, разного рода ассоциациями [1, с. 169]);
- морфологические средства, включающие категории залога, наклонения [10, с. 563];
- синтаксические средства, выраженные использованием определенных типов предложений (например, условных придаточных);
- средства прагматической организации дискурса, например очередность актуализации маскулинных и фемининных референтов в высказывании.

В ходе исследования был выполнен анализ способов вербализации фемининных стереотипов, среди которых наиболее репрезентативно представлен стереотип женщины-политика.

Если взглянуть на ряд наиболее частотных лексем, встречающихся в описаниях женщин-политиков, то можно утверждать, что в большинстве отрывков этот образ несет положительную оценку. Ряд представлен следующими лексемами: *tough* (стойкий), *confident* (уверенный), *self-assured* (уверенный), *strong* (сильный), *proud* (гордый), *credible* (надежный), *top* (первоклассный), *intelligent* (умный), *prominent* (выдающийся), *first* (первый), *educated* (образованный), *talented* (талантливый) и другие. Приведем несколько примеров в контексте: ***Highly educated and talented, these women are the top choice for the job*** (The New York Times, 5/2016). / Будучи высокообразованными и талантливыми, эти женщины – лучшие кандидаты для данной работы (здесь и далее перевод автора статьи. – А. К.). В данном примере встречаются качественное прилагательное *top* (первоклассный) и наречие-усилитель *highly* (высоко), которые актуализируют ориентационную метафору, связанную с противопоставлением «верх – низ». Данные прилагательные в целом указывают на пространственную ориентацию объекта, в данном же контексте они образно указывают на высокое социальное положение референта, которое, в свою очередь, коррелирует с превосходством, силой, преимуществом. Также необходимо отметить, что в данном примере единицы *top* и *highly* связаны кореферентными отношениями, что усиливает воспроизводимость различных свойств стереотипа как его характерный признак.

Можно заметить, что вышеперечисленные эпитеты имеют общее основание: они выражают те маскулинные черты, которые издавна ценились в патриархальном обществе (сила, уверенность в себе, интеллект, надежность). Регулярная воспроизводимость этих черт свидетельствует о маскулинном характере стереотипа женщины-политика.

Более того, женщина-политик в современной прессе представлена особенно эмоционально и агрессивно, что выражается сниженной лексикой. Один из заголовков выглядит следующим образом: ***In 2018, 'badass' female candidates show strength after decades of being told how to look, sound and act*** (USA Today, 11/2018). / На протяжении десятилетий им говорили, как выглядеть, что говорить и как себя вести, и в 2018 году «матерые» женщины-кандидаты демонстрируют свою силу.

Оценочный компонент фемининного стереотипа может быть как прямо, так и косвенно связан с денотатом: ***People are proud to see a woman president*** (The Washington Post, 2/2016). / Люди гордятся тем, что женщина может стать президентом. В приведенном высказывании положительная оценка референта выражена лексемой *proud* (гордый), которая характеризует образ женщины-политика, указывая на поддержку со стороны общества, избирателей. Таким образом, складывается новая черта женщины-политика, которой в глазах общества теперь позволено избираться на пост президента страны.

В следующем примере можно наблюдать когнитивную схему «фигура – фон», где фигура женщины политика метафорически выделена на общем фоне и актуализирована лексемой *prominent*: ***France's Marine Le Pen and Germany's Frauke Petry will be among the more prominent female candidates to test this populist strategy in elections taking place in 2017*** (The Washington Post, 1/2017). / Марин Ле Пен из Франции и Фрауке Петри из Германии будут в числе самых выдающихся кандидатов среди женщин, которые опробуют эту популистскую стратегию

на выборах в 2017 году. В данном фрагменте фигурами являются женские референты Марин Ле Пен и Фрауке Петри, которые существуют на фоне прочих кандидатов из числа женщин. Данную метафору можно раскрыть и иным способом: так, что и две указанные персоналии, и прочие кандидаты в лице женщин являются фигурами на определенном политическом фоне. При этом фигуры расположены на разном расстоянии друг от друга и от самого фона. При любом способе рассмотрения схемы «фигура – фон» референты Марин Ле Пен и Фрауке Петри выделяются на политическом фоне, занимая передовую позицию, а способность выделяться и не «быть как все» воспринимается представителем американской культуры как одно из измерений успеха.

Несмотря на то, что в фокусе данной работы находятся фемининные образы, стоит отметить, что в ряде примеров также можно идентифицировать мужской образ относительно женского: *Ex-President Bill Clinton and Frank Fiorina are campaigning in Iowa as potential “first gentlemen”* (Seattle Times, 01/2016). / Бывший президент Билл Клинтон и Франк Фиорина проводят кампанию в Айове в качестве потенциальных «первых джентльменов». В данном примере словосочетание *first gentleman*, существующее наряду с выражением *first lady* (первая леди), позволяет охарактеризовать роль мужчины относительно женщины как вторичную. Сам факт появления этого сочетания говорит о том, что женщина-президент – это не нечто немислимое, а вполне реальное положение дел в США.

Лексемами также представлены ассоциации по смежности. Так, например, стереотип женщины-политика формируется метко обозначенной особенностью одежды *pantsuit* (брючный костюм), с которой ощущается маскулинная ассоциация: *pantsuit queen* (королева в брючном костюме).

Продолжая рассуждать о способах вербализации стереотипа, стоит отметить роль глагольных предикатов в их конструировании. Так, исследование ряда глаголов, выступающих предикатом при женском субъекте, выявило явную «силовую» семантику. Такие глаголы, как *fight* (бороться), *unseat* (свергать), *kick* (избавляться, вышвыривать), *lead* (возглавлять), *capture* (завоевывать), *vie* (сопоставляться), создают атмосферу противостояния и актуализируют метафору «политика – поле боя». Такой выбор языковых средств авторами текстов иллюстрирует труднодоступность традиционно мужских видов деятельности, в связи с чем женщине приходится вступать в борьбу за новую социальную роль.

Изучение функционально-семантических свойств данных глаголов в дискурсе указывает на то, что они акцентируют активную роль женщины в этой борьбе. При этом предикат выражен глаголом в активном залоге и сочетается с фемининным агенсом в роли подлежащего: *The latest CNN poll shows there are still a lot of Americans who think a woman can't beat a man in a presidential race* (Washington Post, 1/2020). / Последний опрос CNN показывает, что многие американцы по-прежнему считают, что женщина не может победить мужчину в президентской гонке.

Список таких глаголов включает в себя (в порядке от наиболее частотного): *qualify* (пройти отбор), *compete* (соревноваться), *pass* (выдержать испытание), *struggle* (бороться), *contend* (сопоставляться), *fight* (сражаться), *win* (побеждать), *lose* (проигрывать), *face* (сталкиваться), *beat* (одолевать), *confront* (противостоять), *overcome* (преодолевать), а также единичные: *keep up with* (конкурировать, соответствовать), *advance* (продвигаться вперед), *challenge* (бросать вызов), *make a mark* (выделяться), *succeed* (преуспевать), *cross* (пересекать, преодолевать (черту)), *earn* (заслуживать), *seek* (претендовать), *accomplish* (достигать), *advocate* (отстаивать).

Дальнейший анализ глагольных предикатов также показал, что они обнаруживают слабую позицию женщины в соотношении сил с мужчинами. Такие глаголы употребляются в конструкции *маскулинный агенс – предикат – фемининный пациенс / бенефактив / реципиент*. Данные глаголы имеют различную семантику, но все они иллюстрируют власть, которой обладает мужчина-агенс, и разрешение или возможность, которые даются со стороны мужчины-агенса женщине-пациенту. Здесь, однако, стоит подчеркнуть, что при слабой позиции фемининного референта польза из действия извлекается этим же фемининным референтом, что акцентирует внимание общества на интересах женщин. Например: *The female soldiers were allowed into Ranger School as part of the Army's ongoing assessment of how to better integrate women* (The Washington Post, 08/2015). / Женщины-военнослужащие были допущены в школу рейнджеров для того, чтобы оценить, как лучше внедрять женщин в армию. Данный фрагмент не относится к политической сфере, однако здесь имеет место вовлечение женщины в сферу строгих отношений иерархии и подчинения, в которых женщина гипотетически может занимать руководящую позицию.

Набор наиболее частотных глаголов подобного рода представлен следующим рядом (в порядке от самого частотного): *allow* (позволять), *open* (открывать), *integrate*, *incorporate* (внедрять), *close* (закрывать), *include* (включать), *develop* (развивать), *ban* (запрещать), *promote* (продвигать), *place* (помещать), *give* (давать), *empower* (наделять властью), *deploy* (задействовать).

Вышеупомянутый ряд глаголов является гендерно-языковой универсалией в американском массмедийном дискурсе, поскольку он воспроизводится в текстах не только об армии и политике, но и о бизнесе, профессиональном спорте и религии.

Завершая анализ функционально-семантических свойств глагольных предикатов, отметим роль категории модальности в конструировании стереотипа. Сопоставление фрагментов текстов с мужскими и женскими референтами свидетельствует о неустойчивом положении фемининного референта в новой роли. Установлено, что вершинный глагол при женском референте чаще стоит в сослагательном наклонении, чем мужской. Например: *We can't deny women might have enough smarts for the office* (The New York Times, 04/2016). / Мы не можем отрицать то, что женщины могут быть достаточно умны для государственной службы.

Другой пример подобного рода: *In that case they [women] would definitely become leaders* (The New York Times, 09/2016). / В таком случае они [женщины] определенно могли бы стать лидерами.

Модальные глаголы выражают различную степень вероятности происхождения того или иного события. Модальный глагол *might* в первом примере синонимичен словам *maybe, probably* (возможно, может быть) и передает низкую степень вероятности. Во втором примере можно наблюдать так называемое нереальное условие с модальным глаголом *would* в сослагательном наклонении, которое по определению выражает гипотетическую ситуацию.

Таким образом, с одной стороны, сам факт того, что в массмедийном дискурсе ведутся дискуссии о потенциале женщин в политике, сигнализирует об изменении гендерных ролей, а с другой – грамматические средства выражения низкой степени вероятности ситуации могут быть средством имплицитной передачи неуверенности автора высказывания в способности женщины представлять в непривычной для нее роли.

Проявление исторической маскулинной доминанты четко прослеживается в оппозициях «мужское – женское». Если взглянуть на примеры, которые содержат и маскулинный, и фемининный референт, можно заметить, что в большинстве предложений мужской референт упоминается в первую очередь: *...pay gap between the men's and women's national teams* (The Washington Post, 06/2016). / ...разница в оплате труда мужских и женских сборных. Вероятно, авторы статей используют такой порядок ненамеренно, причем как женщины, так и мужчины, что говорит об устойчивости традиционных гендерных стереотипов в общественном сознании.

Гендерный сдвиг в системе ролей мужчин и женщин в политической сфере

В ходе исследования гендерных стереотипов в современном массмедийном дискурсе США выявляется несоответствие фемининных гендерных ролей традиционным ролям, которые обнаруживаются в фольклоре. Здесь имеет место гендерный сдвиг, который выражается социальной маскулинизацией женщин.

Если обратиться к фольклору, то можно увидеть, что в поговорках и идиомах превалирует традиционный образ женщины, матери и хранительницы домашнего очага. Например: *like mother makes it* («в моем вкусе»; «как делает мама»). В этом примере референт актуализируется в виде лексемы *mother*, где четко прослеживается акцентуация безграничной материнской любви. В следующем примере ярко выражена роль женщины-хранительницы очага и мужчины-кормильца: *Men make houses, women make homes*. / Мужчина строит дом, а женщина делает из него очаг. Глядя на новые роли женщин в обществе, в частности в политике, мы видим и новые характерные черты этой роли, не присущие ни одному традиционному женскому стереотипу: жесткость, настойчивость, прагматичность, амбициозность.

Заключение

Проведенное исследование позволило прийти к следующим выводам.

1. Будучи социальным конструктом, создаваемым в дискурсивных практиках языковых коллективов, гендерный стереотип является отражением культуры народа и выражает мнения и пресуппозиции в отношении представителей разных полов.

2. Эксплицитные и имплицитные дискурсивные технологии конструирования стереотипа женщины-политика обнаруживают себя на разных уровнях языка. На лексическом уровне выделен ряд средств, актуализирующих качества, традиционно присущие мужчине-политику (сила, мужественность, агрессивность). Они выражены: положительно коннотированной оценочной лексикой; метонимическими моделями, основанными на переносе маскулинных признаков; «силовой» семантикой глагольных предикатов. Положительная оценка женщины-политика также выражена пространственными и ориентационными метафорами. На уровне синтаксиса наблюдается тенденция к использованию форм пассивного залога и сослагательного наклонения с фемининным референтом в роли подлежащего, что свидетельствует о подчиненном статусе женщины в иерархии социальных отношений. Длительная история политической жизни в США сформировала стереотип политика-мужчины. В этой связи образ женщины-политика в обществе находится под влиянием данного стереотипа и предполагает явные маскулинные черты. Такой образ оценивается в социуме как положительный и востребованный.

3. Сопоставительный анализ традиционных и современных фемининных стереотипов подтверждает гипотезу о гендерном сдвиге в сторону маскулинизации женщин. Эксплицитные инструменты конструирования стереотипа иллюстрируют сильную женскую позицию, хотя имплицитно прослеживается историческая мужская доминанта. В целом можно утверждать, что современные представления общества о месте, роли и функциях женщины значительно отличаются от традиционных.

Перспективы дальнейшего исследования проблемы мы видим в более детальном изучении новых фемининных стереотипов, возникающих в языке на фоне текущих политических процессов в США, а также в сопоставительном анализе фемининных и маскулинных стереотипов в различных сферах жизни общества.

Источники | References

1. Гриценко Е. С. Язык как средство конструирования гендера: дисс. ... д. филол. н. Н. Новгород, 2005. 405 с.
2. Денисова А. А. Тезаурус терминологии гендерных исследований [Электронный ресурс]. URL: <http://www.owl.ru/gender/thesaurus.htm> (дата обращения: 04.03.2020).

3. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты: монография. М.: Институт социологии РАН, 1999. 180 с.
4. Мукашева Р. М. Концепты «фемининность» и «маскулинность» в языках различных типов // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2016. № 6 (745). С. 94-108.
5. Николаева О. В. Куда дрейфует «Вака»? Новозеландская мульти-лингвокультура в динамике взаимодействия картин мира: монография. Владивосток: Изд-во Мор. гос. ун-та, 2010. 437 с.
6. Николаева О. В., Терехова Е. В. Прагматика перевода на русский язык дефисных композитов из британского и американского политического дискурса // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2017. Т. 7. № 2. С. 129-141.
7. Подольская Е. А. Методология научных исследований: терминологический словарь [Электронный ресурс]. Х.: Изд-во НУА, 2016. URL: <http://dspace.nua.kharkov.ua/jspui/bitstream/123456789/1371/1/МетодологияНИ%20словарь2016.pdf> (дата обращения: 04.05.2021).
8. Сорокина Н. В. Методическая типология стереотипов как компонент содержания обучения иностранным языкам в вузе // Язык и культура. 2013. № 3 (23). С. 120-139.
9. Черных О. Ю. Гендер как социальный конструкт // Мир науки, культуры, образования. 2019. № 3 (76). С. 537-539.
10. Черных О. Ю. Лингвистическое конструирование гендера // Мир науки, культуры, образования. 2018. № 4 (71). С. 562-565.
11. Scott J. W. et al. Gender and the Politics of History. N. Y.: Columbia University Press, 1999. 288 p.
12. The New York Times [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com> (дата обращения: 04.05.2021).
13. The Seattle Times [Электронный ресурс]. URL: <https://www.seattletimes.com> (дата обращения: 04.05.2021).
14. The Washington Post [Электронный ресурс]. URL: <https://www.washingtonpost.com> (дата обращения: 04.05.2021).
15. USA Today [Электронный ресурс]. URL: <https://www.usatoday.com> (дата обращения: 04.05.2021).

Информация об авторах | Author information



Коваль Александра Артуровна¹

¹ Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток



Koval Aleksandra Arturovna¹

¹ Far Eastern Federal University, Vladivostok

¹ koval.aleksandra92@gmail.com

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 25.02.2021; опубликовано (published): 31.05.2021.

Ключевые слова (keywords): массмедийный дискурс; гендер; гендерный стереотип; лингвокультурология; mass media discourse; gender; gender stereotype; linguoculturology.