

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЯЗЫКОВЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ В ГЕНДЕРНО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ ИЗДАНИЯХ

Бирюкова В.В.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

vic-tory94@yandex.ru

Термин «гендер» ввел в науку психоаналитик Роберт Столлер в 1958 году [URL: http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/sociologiya/GENDERNIE_ISSLEDOVANIYA.html]. Это означает «социальные проявления принадлежности к полу или «социальный пол». В связи с этим появляется определение «гендерная лингвистика» – раздел лингвокультурологии, изучающий различия мужской и женской речи. Оформился в самостоятельное научное течение в 70-е годы XX века [Матвеева: 2010; 69].

В материалах гендерно-ориентированных журналов используются различные лингвистические приемы на всех уровнях языка. В частности, морфологическом, синтаксическом, словообразовательном и др.

Тексты в женских и мужских журналах схожи одной тематической группой слов, но различны в их количестве и смысловой нагрузке. Например, ТГ «здоровье» в мужских журналах означает такое понятие, как «спорт». В женских же журналах эта группа слов будет связана с понятиями «красота», «диета». Тематическая группа «Кулинария», «Еда» в мужских журналах – это материалы о дорогих ресторанах, гастрономической кухне, ресторанном бизнесе. Женские издания подразумевают в данном случае подборку рецептов приготовления блюд.

Для текстов в мужских журналах свойственно применение специализированных терминов, фактов, достоверных источников. В женских журналах главное в любом материале – отсылка к истории жизни героини, автобиографичность.

В гендерно-ориентированных изданиях также часто встречаются неологизмы, так как в данных типах журналов читателям рассказывают о новых тенденциях в обществе. В женских журналах это тексты о красоте, моде, развлечениях. В мужских – тексты о спорте, бизнесе, электронике. При этом в обоих случаях наблюдается тенденция к использованию заимствованных слов из английского языка с окончанием –инг (холдинг, шопинг, лифтинг, бодибилдинг). В женских журналах чаще, чем в мужских, к читателю обращаются на «ты» для создания доверительной беседы. Например, данный прием используют в журнале «Cosmopolitan»: «А слышала ли ты?», «Тебе будет интересно узнать об этом», «Мы собрали для тебя самую актуальную ювелирку» [Cosmopolitan, № 11, ноябрь 2018]. Это также можно объяснить тем, что глянцевого гендерно-ориентированные журналы выступают как проводники и гиды в жизни своих читателей, поэтому важно сохранять доверительную, дружескую обстановку между редакцией и аудиторией.

Для синтаксического уровня языка в женских журналах характерно наличие вводных слов, модальных конструкций, которые могут выражать неуверенность, неопределенность (наверное, может быть), употребление оценочных высказываний. Для женских журналов также характерна экспрессивность, эмоциональность речи, синтаксические обороты с двойным отрицанием, употребление большого количества вопросительных, восклицательных знаков, многоточий, показывающих интонационную окраску речи: «Будем пробовать!», «А ты знала?», «Здравствуй, великолепии женственности!», «А что теперь?», «Хотя... Кто не рискует...» [Cosmopolitan, № 11, ноябрь 2018]. В текстах женских журналов также можно встретить использование уменьшительно-ласкательных форм: «новенький автомобиль» [Cosmopolitan, № 11, ноябрь 2018]. В мужских изданиях преобладают вводные слова, которые констатируют факт (очевидно, конечно, бесспорно): «Конечно, вдохновляют не только дальние страны» [Port, №2, весна-лето 2016], «Бесспорно, человека украшает скромность» [GQ, №11, ноябрь 2018], а также терминологию. В данном типе изданий встречаются синтаксически сложные, длинные предложения: «Но в случае с Рафом Симонсом, кажется,

уже и так ясно: это самый неординарный дизайнер, работающий сейчас в моде, и самый крупный художник в мужской моде, который не хочет одевать нас – он хочет изменить лицо мужской моды» [Port, №2, весна-лето 2016].

Таким образом, в текстах мужских и женских журналов прослеживаются отличия в языковой специфике. Так, в текстах женских изданий чаще используются простые предложения, в мужских – сложные языковые конструкции с применением терминологии. В женских журналах можно встретить гиперболизированную экспрессивность. В журналах, предназначенных для мужчин, на первый план выносятся факты и цифры, применение эмоциональных средств выразительности сводится к минимуму. На синтаксическом уровне в языке женских журналов в больших количествах присутствуют пунктуационные знаки – многоточия как знак недосказанности, риторические вопросы, восклицательные знаки. Женским журналам также присущи модальные конструкции, которые выражают неуверенность, мужским изданиям характерно использование вводных слов, означающих уверенность и однозначность. В обоих случаях гендерно-ориентированным журналам свойственно применение неологизмов и заимствованных слов из английского языка.

Список литературы

Здравомыслова Е.А., Темкина А.А. Социология гендерных отношений и гендерный подход в социологии // Социологические исследования, №11, 2000.

Матвеева Т.В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов-на-Дону, 2010.

Универсальная энциклопедия. URL: <http://www.krugosvet.ru/>

Энциклопедия моды. URL: <https://wiki.wildberries.ru/глянец/magazines/история-журналов-мод>.