

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭКСПЛИКАЦИИ ФЕМИНИННОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

Василькина Екатерина Андреевна

старший преподаватель, ФГБОУ ВО Мордовский
государственный университет им. Н.П. Огарева
katedwlu@gmail.com

LINGUISTIC FEATURES OF FEMININITY EXPLICATION IN ENGLISH-LANGUAGE MEDIA

E. Vasilkina

Summary: This paper examines ways to verbalize the image of femininity in the American media in a diachronic aspect. As a result, a semantic analysis of lexical units used to construct femininity, differentiated by chronological periods, is presented. The author reveals that the media actively participates in the formation of images of femininity, reacting to socio-cultural changes and presenting both established and new gender constructs determined by the socio-historical parameters of society. A diachronic analysis of the ways of verbalizing the image of femininity in the English-language information media space has allowed us to record a significant semantic evolution reflecting changes in the understanding of femininity and its manifestations.

Keywords: gender, femininity image verbalization, publicist text, semantics, femininity explication.

Аннотация: В настоящей работе проводится исследование способов вербализации образа фемининности в американских СМИ в диахроническом аспекте, охватывая периоды 1940–2025 годов. В результате представлен семантический анализ используемых для конструирования фемининности лексических единиц, дифференцируемых по хронологическим периодам. Автором выявлено, что СМИ активно участвуют в формировании образов фемининности, реагируя на социокультурные изменения и представляя как устоявшиеся, так и новые гендерные конструкты, обусловленные социально-историческими параметрами социума. Диахронический анализ способов вербализации образа фемининности в англоязычном информационном медиaprостранстве позволил зафиксировать значительную смысловую эволюцию, отражающую изменения в понимании фемининности и ее проявлений.

Ключевые слова: гендер, вербализация образа фемининности, публицистический текст, семантика, экспликация фемининности.

В современном обществе гендер является одной из ключевых категорий анализа социальных, культурных и политических процессов [7, с. 31]. Конструирование гендерной идентичности происходит посредством сложных механизмов, включающих нормативные предписания, социальные ожидания и дискурсивные практики. Отметим, что в рамках гендерных исследований внимание уделяется понятиям фемининности и маскулинности, которые представляют собой социально и культурно обусловленные наборы характеристик, атрибутов и ролей, приписываемых женщинам и мужчинам соответственно [4, с. 110]. Исследование фемининности приобретает особую актуальность в контексте дискуссий о гендерном равенстве, расширении прав и возможностей женщин, а также в связи с характерными Западу современными изменениями, связанными с размытием границ в биполярной гендерной системе. В то же время исследования вербализации образа фемининности в англоязычных СМИ в диахронии позволяет проследить эволюцию гендерных норм и ценностей в обществе, демонстрируя механизмы, стоящие за актуальным кризисом гендерных ролей.

Целью данного исследования является изучение способов вербализации образа фемининности в американских СМИ в период с 1940 по 2025 год. Объектом исследования является дискурс американских СМИ, представленный в текстах различных жанров, освеща-

ющих вопросы, связанные с женской идентичностью, ролью женщин в обществе, женскими достижениями и проблемами. Предметом исследования выступают языковые средства (лексические единицы, фразеологизмы, метафоры, стилистические приемы), используемые для вербализации образа фемининности, а также динамика их употребления в рассматриваемые периоды времени.

Материалом исследования послужили тексты статей и онлайн-медиаресурсов, освещающих различные аспекты гендерных ролей и их эволюции в XX и XXI веках (Good Housekeeping, The New York Times, TIME Magazine, Los Angeles Times, Life).

Новизна подхода заключается в системном изучении лексических и контекстуальных особенностей на основе большого объема текстовых данных. Основными методами исследования являются корпусный анализ, в том числе частотный и KWIC-анализ, реализованный с использованием программного обеспечения AntConc. Также использован метод сплошной выборки и диахронический анализ, что обеспечивает комплексное и всестороннее понимание эволюции и репрезентации фемининности в рассматриваемом дискурсе.

В начале XX века американские женщины стояли на пороге значительных перемен, но их политическое влияние оставалось ограниченным. Завоевание изби-

рательного права стало важной вехой в борьбе за гендерное равенство, однако радость, вызванная этим достижением, оказалась недолгой. Экономический спад и рост безработицы в период между мировыми войнами оказали существенное влияние на положение женщин в обществе. В условиях экономической нестабильности акцент сместился в сторону традиционной роли женщины как хранительницы домашнего очага. В это время правительство официально закрепило семью в качестве фундамента американского общества, что способствовало укреплению консервативных взглядов на гендерные роли и ограничивало возможности женщин в политической и экономической сферах.

Однако с момента вступления США во Вторую мировую войну, женщины были обязаны занять рабочие места, ранее считавшиеся мужскими [14]. Данная компания попала в средства массовой информации, которые начали привлекать женщин к работе в тылу, подчеркивая межполовое равенство: *men and women must cooperate; human resources; there was a task for every man and woman; the participation of every man, woman and child to the extent of their ability will provide the wherewithal for warfare; an ideal day for every man, woman and child to ransack the house from cellar to garret; the service or man and woman in the nation; every man and woman can understand; limit of ability of every man and woman; full mobilization of man and woman power* и др.

Часто подчеркивается, что женщины играют большую роль в достижении успеха на военном направлении: *woman war workers: they are indispensable in achieving the goals of military production* [17]. Более того, женщины занимаются традиционно мужскими делами, такими как сварка, работа за станками, управление передвижными кранами: *women now run traveling cranes, weld plates with arcs and gas flames, thread and cut pipe, wire electrical machinery, operate any machine-tool* [17].

Значительно реже встречаются лексические единицы, связанные с внешним видом. В текстах статей говорится, что женщины выбирают стиль милитари (*the military coat, military dress, feminine military suit* [17]), подчеркивая их вовлеченность в военные действия даже в рамках моды.

По завершении Второй мировой войны, оказалось, что общество может вернуться к традиционным гендерным идеалам. Американские женщины столкнулись с сильным давлением, заставившим их отказаться от работы и вернуться к традиционным домашним обязанностям. Отчасти такое положение было вызвано возвращением ветеранов, нуждающихся в работе. Однако женщины не могли смириться с происходящим регрессом, что привело ко второй волне феминизма в 1960-70-х годах, которая, наконец, вывела на путь постоянных перемен.

В Америке 1950-х годов получил широкое распространение образ работающей матери: например, в журнале *Life* 1956 года была выпущена статья, посвященная быту семьи, в которой женщина не только выполняла бытовые дела, но и работала наравне с мужчиной. В тексте приведены слова ее мужа «*my wife works and I love it*», [14], что показывает положительную оценку со стороны мужчины. Относительно героини статьи используются следующие лексические единицы: *home manager, mother, hostess, useful civic worker, helps raise funds, is a sponsor, likes to keep busy, drives the children to school*. Стоит отметить, что в описании женщины используются лексические единицы только с положительной коннотацией, утверждая авторитетность подобного жизненного уклада для общества.

В современном обществе гендер является одной из ключевых категорий анализа социальных, культурных и политических процессов [7, с. 31]. Конструирование гендерной идентичности происходит посредством сложных механизмов, включающих нормативные предписания, социальные ожидания и дискурсивные практики. Отметим, что в рамках гендерных исследований внимание уделяется понятиям фемининности и маскулинности, которые представляют собой социально и культурно обусловленные наборы характеристик, атрибутов и ролей, приписываемых женщинам и мужчинам соответственно [4, с. 110]. Исследование фемининности приобретает особую актуальность в контексте дискуссий о гендерном равенстве, расширении прав и возможностей женщин, а также в связи с характерными Западу современными изменениями, связанными с размытием границ в биполярной гендерной системе. В то же время исследования вербализации образа фемининности в англоязычных СМИ в диахронии позволяет проследить эволюцию гендерных норм и ценностей в обществе, демонстрируя механизмы, стоящие за актуальным кризисом гендерных ролей.

Целью данного исследования является изучение способов вербализации образа фемининности в американских СМИ в период с 1940 по 2025 год. Объектом исследования является дискурс американских СМИ, представленный в текстах различных жанров, освещающих вопросы, связанные с женской идентичностью, ролью женщин в обществе, женскими достижениями и проблемами. Предметом исследования выступают языковые средства (лексические единицы, фразеологизмы, метафоры, стилистические приемы), используемые для вербализации образа фемининности, а также динамика их употребления в рассматриваемые периоды времени.

Материалом исследования послужили тексты статей и онлайн-медиаресурсов, освещающих различные аспекты гендерных ролей и их эволюции в XX и XXI веках (*Good Housekeeping, The New York Times, TIME Magazine, Los Angeles Times, Life*).

Новизна подхода заключается в системном изучении лексических и контекстуальных особенностей на основе большого объема текстовых данных. Основными методами исследования являются корпусный анализ, в том числе частотный и KWIC-анализ, реализованный с использованием программного обеспечения AntConc. Также использован метод сплошной выборки и диахронический анализ, что обеспечивает комплексное и всестороннее понимание эволюции и репрезентации феминности в рассматриваемом дискурсе.

В начале XX века американские женщины стояли на пороге значительных перемен, но их политическое влияние оставалось ограниченным. Завоевание избирательного права стало важной вехой в борьбе за гендерное равенство, однако радость, вызванная этим достижением, оказалась недолгой. Экономический спад и рост безработицы в период между мировыми войнами оказали существенное влияние на положение женщин в обществе. В условиях экономической нестабильности акцент сместился в сторону традиционной роли женщины как хранительницы домашнего очага. В это время правительство официально закрепило семью в качестве фундамента американского общества, что способствовало укреплению консервативных взглядов на гендерные роли и ограничивало возможности женщин в политической и экономической сферах.

Однако с момента вступления США во Вторую мировую войну, женщины были обязаны занять рабочие места, ранее считавшиеся мужскими [14]. Данная компания попала в средства массовой информации, которые начали привлекать женщин к работе в тылу, подчеркивая межполовое равенство: *men and women must cooperate; human resources; there was a task for every man and woman; the participation of every man, woman and child to the extent of their ability will provide the wherewithal for warfare; an ideal day for every man, woman and child to ransack the house from cellar to garret; the service or man and woman in the nation; every man and woman can understand; limit of ability of every man and woman; full mobilization of man and woman power* и др.

Часто подчеркивается, что женщины играют большую роль в достижении успеха на военном направлении: *woman war workers: they are indispensable in achieving the goals of military production* [17]. Более того, женщины занимаются традиционно мужскими делами, такими как сварка, работа за станками, управление передвижными кранами: *women now run traveling cranes, weld plates with arcs and gas flames, thread and cut pipe, wire electrical machinery, operate any machine-tool* [17].

Значительно реже встречаются лексические единицы, связанные с внешним видом. В текстах статей говорится, что женщины выбирают стиль милитари (*the military coat, military dress, feminine military suit* [17]), подчеркивая их вовлеченность в военные действия даже в рамках моды.

По завершении Второй мировой войны, оказалось, что общество может вернуться к традиционным гендерным идеалам. Американские женщины столкнулись с сильным давлением, заставившим их отказаться от работы и вернуться к традиционным домашним обязанностям. Отчасти такое положение было вызвано возвращением ветеранов, нуждающихся в работе. Однако женщины не могли смириться с происходящим регрессом, что привело ко второй волне феминизма в 1960-70-х годах, которая, наконец, вывела на путь постоянных перемен.

В Америке 1950-х годов получил широкое распространение образ работающей матери: например, в журнале *Life* 1956 года была выпущена статья, посвященная быту семьи, в которой женщина не только выполняла бытовые дела, но и работала наравне с мужчиной. В тексте приведены слова ее мужа «*my wife works and I love it*», [14], что показывает положительную оценку со стороны мужчины. Относительно героини статьи используются следующие лексические единицы: *home manager, mother, hostess, useful civic worker, helps raise funds, is a sponsor, likes to keep busy, drives the children to school*. Стоит отметить, что в описании женщины используются лексические единицы только с положительной коннотацией, утверждая авторитетность подобного жизненного уклада для общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бай У. Особенности освещения позиции женщины-политика в медиа // Мир науки, культуры, образования. 2025. № 2 (111). С. 532–534.
2. Бредихин С.Н., Серебрякова С.В., Лиховид А.А. Динамика восприятия гендерных ролей: сравнительно-сопоставительный анализ между США и Россией // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2020. № 2. С. 92–103.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 389 с.
4. Кирилина А.В. Гендер и гендерная лингвистика на рубеже третьего тысячелетия // Вопросы психолингвистики. 2021. № 3 (49). С. 109–147.
5. Литвяк О.В., Скрипичникова Н.С. Гендерные стереотипы в современном рекламном тексте // Современное педагогическое образование. 2022. № 8. С. 98–101.
6. Нестерова В.Л., Баранов С.Т. К вопросу о динамике гендерных стереотипов в современном постиндустриальном обществе // Вестник славянских культур. 2017. Т. 46. С. 61–69.

7. Томас-Март А.А. Понятие гендера в психологии // Вестник магистратуры. 2024. № 2–2 (149). С. 38–40.
8. Adams K.H., Keene M.L., McKay M. Controlling Representations: Depictions of Women in a Mainstream Newspaper, 1900–1950. Hampton Press, 2009. PP. 190–191.
9. Budgeon S. The Dynamics of Gender Hegemony: Femininities, Masculinities and Social Change // Sociology. 2014. Vol. 48, № 2. P. 317–334.
10. Connell R. Gender in world perspective. Cambridge: Polity, 2009. 196 p.
11. Edwins L. Women who opposed votes for women: the case of Mrs Humphry Ward // The Conversation. 2024. URL: <https://theconversation.com/women-who-opposed-votes-for-women-the-case-of-mrs-humphry-ward-237068> (дата обращения: 12.01.2026).
12. Friedan B. Feminine Mystique. New York: W.W. Norton and company, 1963. 473 p.
13. Нумовитц С., Уайсман М.А. A History of Women in America. New York: Bantam Books, 1978. 400 p.
14. Life: [сайт]. URL: <https://www.life.com> (дата обращения: 12.01.2026).
15. Los Angeles Times: [сайт]. URL: <https://www.latimes.com> (дата обращения: 12.01.2026).
16. Ridgeway C.L. Framed by Gender: How Gender Inequality Persists in the Modern World. Oxford: Oxford University Press, 2011. 232 p.
17. The New York Times: [сайт]. URL: <https://www.nytimes.com/> (дата обращения: 12.01.2026).
18. Time: [сайт]. URL: <https://time.com> (дата обращения: 12.01.2026).
19. Waite L.J. U.S. women at work // Population Bulletin. 1981. Vol. 36, № 2. P. 1–45.

© Василькина Екатерина Андреевна (katedwlu@gmail.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»