

**МАЎЛЕНЧЫ ВОБРАЗ ЖАНЧЫНЫ
Ў АЙЧЫННЫХ МЕДЫЯТЭКСТАХ
ORATION IMAGE OF A WOMAN IN DOMESTIC MEDIA TEXTS**

Горбач Вольга Аляксандраўна
Мінск, Беларусь

Ключавыя словы: канцэпт «жанчына», медыятэкст, маўленчыя мадэлі, стэрэатып, архітыпы, аналітычныя матэрыялы, інфармацыйныя матэрыялы, забаўляльныя матэрыялы, стылістычна-афарбаваная лексіка, андагінія.

Рэзюмэ: Рассматривается речевой образ женщины на примерах белорусских медиатекстов. Дается анализ концепта «женщина» в аналитических, информационных, развлекательных материалах печатных и электронных СМИ Беларуси.

Keywords: the concept of "woman", media text, speech patterns, stereotypes, archetypes, analytical materials, information materials, entertainment materials, stylistically-colored vocabulary, andoginia.

Summary: Woman's verbal form is considered on the examples of the Belarusian media texts. The analysis of the concept 'woman' is given in the analytical, informational and entertaining printed and electronical mass media's materials.

У кожным перыядзе развіцця грамадства існуюць свае ўзоры асобы чалавека як прадстаўніка пэўнай эпохі, поглядаў, светаўспрымання ці ідэалогіі, веравызнання. З лёгкасцю сёння можна патлумачыць змест слоў: асветніца, арыстакратка, камунарка або камуністка, нават слова з семантычна-зніжаным сэнсам «блакітная панчоха» або па-руску «синий чулок», якія набылі фіксаванае месца ў слоўніках і дакладна разумеюцца носьбітамі мовы.

У сучасным свеце ў дадатак да вядомых сэнсаў канцэпта «жанчына» з'явіліся значэнні тыпу: свецкая львіца, бізнес-вумен, топ-мадэль, стрыптызёрка і іншыя, што характарызуюць новыя віды дзейнасці жанчыны ў ХХІ стагоддзі. Сфарміраваць пэўны вобраз жанчыны дапамагаюць гістарычныя крыніцы, мастацкія творы, а таксама сродкі масавай інфармацыі. Калі звярнуцца за прыкладамі ў друкаванае слова савецкай эпохі, то найчасцей гераінямі матэрыялаў паўстаюць змагаркі з класавым ворагам, з фашызмам, падпольшчыцы, перадавікі вытворчасці. Маўленчыя канструкцыі, на ўзор наступных, — тыповыя ў выданнях таго часу: «Екатерина Лесничая — лучшая доярка» (Советская Белоруссия, 1.07.1965, «Кандидат в члены партии КПСС Любовь Атрошенко руководит бригадой наладчиков нарезного участка Гомельского завода электроаппаратуры» (Советская Белоруссия, 29.10.1965). Якія ж сёння вобразы жанчыны прапаноўваюць айчынным медыятэкстам?

Сучасныя СМІ падаюць канцэпт «жанчына» неаднастайна, супярэчліва. Маўленчыя мадэлі сучасніцы ўзнікаюць на падставе грамадскіх стэрэатыпаў. Цікавую думку прыводзіць расійская даследчыца І.В. Голубева, якая вылучае набор выказванняў, уласцівых для характарыстыкі жанчыны:

«Здоляна самастойна пражыць без нахабнага мужчыны; у любым узросце маладая; сама робіць свій выбар у жыцці; ставіць мэты і дасягае іх; нясе адказнасць за свае ўчынкі; у яе хапае на ўсё часу; па кар’ернай лесвіцы рухаецца ўверх; у яе хапае часу не толькі на працу і сям’ю, але і на сябе; стамляецца ад таго, што прыходзіцца цягнуць усё на сабе» [1].

Падобнае дазваляе гаварыць аб новым змесце канцэпта «жанчына», абумоўленага трансфармацыямі ў сістэме каштоўнасцей і прыярытэтаў сучаснага грамадства. Шматлікія маўленчыя прыклады з медыятэкстаў яскрава дэманструюць гэта: «51-летняя Моника Беллучи в откровенной фотосессии» (ТУТ.by), «За что современной женщине давно пора перестать извиняться» (ТУТ.by), «Хочу халву ем, хочу пряники. 33 плюса одиночества» (ТУТ.by), «16 полезных привычек для тех, кому “за тридцать”» (ТУТ.by), «Как понять, что вы не суррогат?» (ТУТ.by), «Каратэ... на дзявятым месяцы» (Звязда, 2.10.2015), «Сабчак па цане Познера» (Народная Воля, 25.03.2016).

Сучасны вобраз жанчыны пад уплывам заходніх або ўсходнеславянскіх светапоглядаў часта ў СМІ зводзіцца да архітыпаў: прыгажуня, жанчына справы, мадэль, сэксуальны аб’ект, маці, жонка, хатняя гаспадыня. Даследчык рэкламы, як прадукта СМІ, М.С. Пятроў адзначае, што існуюць два віды гендэрных вобразаў: першы (заходні) вельмі часта «звязваецца з дэманстрацыяй жаночага цела або яго частак» [4]. У другім – «жанчына выступае ў фіксаванай ролі хатняй гаспадыні, жонкі, маці» [4].

Вобразы жанчыны ў рэкламным тэксце адпавядаюць вобразам у іншых медыятэкстах. Заўважаецца тэндэнцыя: у *аналітычных матэрыялах* больш прадстаўлены канцэпт «жанчына» — прадстаўнік пэўнай прафесіі, гістарычная ці знакамітая асоба; у *інфармацыйных і забаўляльных* — гаспадыня, маці, жонка, мадэль, прыгажуня, сэксуальны аб’ект, правапа-рушальніца. У *аналітычных* тэкстах маўленчыя вобразы жанчыны падаюцца адрасантамі пры дапамозе стылістычна-афарбаванай лексікі, вобразных сродкаў мовы, якія надаюць зместу больш сур’ёзнае гучанне, узвышаны настрой ці паважлівы тон. Напрыклад, «Матылёк з цёплай краіны» (Звязда, 5.12.2015) — пра балерыну Первану Мырадаву; «Салдат у завушніцах» (Звязда, 4.12.2015) — пра Марыю Перавозчыкаву, гераіню кнігі Святланы Алексіевіч « “У вайны не жаночы твар”»; «Там, где магнолии цвели» (Народная газета, 27.11.2015) — пра гродзенку А. Сямёнаву, якая адраджае знакаміты батанічны сад Жылібера; «Анэля Тулупава — чалавек-мора, чалавек-зорка» (Звязда, 26.03.2016) — пра дыктарку, паэтку, перакладчыцу; «Голос советского баскетбола» (Народная газета, 23.10.2015) — пра спартыўнага каментатара Ніну Яроміну.

У *афіцыйна-інфарматыўных* медыятэкстах маўленчы вобраз жанчыны адлюстроўваецца нейтральнай або газетна-спецыялізаванай лексікай. Загалоўкам уласцівы апавядальныя, пабуджальныя сказы або канструкцыі з вырванай з кантэксту рэплікай. Частотнымі мадэлямі з’яўляюцца прыклады: «У вялікай сям’і і дзеці шчаслівыя» (Звязда, 15.10.2015) — пра наведванне шматдзетнай сям’і намеснікам прэм’ер-міністра Наталляй Качанавай;

«Наталля Марынава: “Я не чакаю, што будзе лёгка”» (Звязда, 4.12.2015) — пра кіраўніка тэлеканала «Беларусь 2»; «Женщинам везде у нас дорога» (Народная газета, 23.10.2015) — пра вадзіцеля маршрутнага таксі Вераніку Івончыц.

У тэкстах *забаўляльнага* характару назіраецца шмат маўленчых канструкцый з ужываннем стылістычна-афарбаванай, а часам і зніжанай лексікі, што ўспрымаецца як прыклад стэрэатыпнага мыслення аўтараў у дачыненні да асаблівасцей паводзін жанчын, разумовых здольнасцей, знешняга выгляду. Напрыклад, «По IQ встречают, по уму провожают» (Народная газета, 23.10.2015) — аповед пра 69-гадовую амерыканскую журналістку Мэрылін вон Савоні, якая мае ў свеце самы высокі IQ; «Вучылка» (Звязда, 4.12.2015) — пра кінастужку Аляксея Пятрухіна «Вучылка» з Ірынай Купчанкай у галоўнай ролі; «Жизнь как в сказке» (Сб. Беларусь сегодня, 25.03.2016) — іранічная нататка прысвечана амерыканцы Нанет Хамонд, якая патраціла больш 500 тысяч долараў на пластычныя аперацыі; «Женский день, слабый пол и розовые сопли» (ТУТ.by) — даецца даволі суб’ектыўная аўтарская канцэпцыя святкавання Міжнароднага жаночага дня — 8 сакавіка; «Как шесть машин объезжали блондинку на Jeer» (Onliner.by) — апісанне стэрэатыпных разумовых здольнасцей жанчыны-бландзінкі, якая трапіла ў ДТП. Не менш правакацыйна ўспрымаецца матэрыял пад назвай «Гендерный конфликт: феминизация общества», у якім праз уласныя развагі псіхатэрапеўта Аляксея Хадоркіна прадстаўлена думка, што «сегодня многие браки распадаются, и получается, что женщины живут отдельно и сами растят детей как женского, так и мужского пола. И своему ребенку они навязывают такое же отношение: “Ты должен быть мужчиной, ты не то что твой отец! Ты должен оберегать меня! Ты должен защищать девочек”... Если в семье отсутствует мужская часть воспитания, мальчик вырастает не просто с женоподобными чертами, а с характером обиженной девочки» (7 ДНЕЙ, 24.03.2016). Некаторыя з думак героя інтэрв’ю, на нашу думку, пабудаваны з пазіцыі культуры маўлення недакладна і алагічна. Вынікае, што ў разведзенай маці-адзіночкі абавязкова вырасце мужчына-абаронца з жаночападобнымі рысамі характару.

Апошнім часам у СМІ прасочваецца тэндэнцыя падаваць тэмы, у якіх супастаўляюцца мужчынскія і жаночыя пачаткі. Даследчыца В.А. Камкова звяртае ўвагу на тое, што «нівеліраванне мужчынскага і жаночага пачаткаў праяўляе сябе і ў цягаценні сучаснага чалавека да біялагізму і фізіялагічнасці, што характарызуе мужчыну і жанчыну XXI стагоддзя ў адпаведнасці з іх фізіялагічнымі і сэксуальнымі асаблівасцямі, а таксама ў адносінах да іншых людзей» [3]. Наступныя прыклады, узятыя з айчыннага друку падцвярджаюць гэта: «60-летняя модель Ясмينا Росси снялась в рекламе купальников» (ТУТ.by), «Девыцы юного возраста, кажется компенсируют весь исторический дефицит красок, накладывая на лица тонны безумного макияжа» (Onliner.by), «“Ягадка”... з ботаксам» (Звязда, 26.03.2016), «Пластический хирург» Дмитрий Ладутко: “В Беларуси проводится около

10 операций по смене пола в год»» (ТУТ.by). Пашыраная цікавасць грамадства да падобнай тэмы, у тым ліку пры ўдзеле масмедыя зафіксавана слоўнікам гендэрных тэрмінаў у паняцці «андагінія», што тлумачыцца як «сгладжванне дыхатаміі мужчынскага/жаночага ў свядомасці і паводзінах чалавека, якое змяшчае ў сабе пэўную небяспеку страты пазітыўнай сацыяльнай ідэнтычнасці, так як інстытуты сям'і, школы, палітыкі, СМІ, рынкі працы працягваюць замацоўваць поларолевыя прадпісанні. Праблема сіметрычнага канструявання жаночага і мужчынскага ў культуры патрабуе значных змен у структуры грамадскіх інстытутаў» [2].

Такім чынам, прааналізаваўшы сучасныя медыятэксты на прадмет маўленчага вобраза жанчыны, прышлі да высновы, што сёння адзначаны канцэпт рэалізуецца часта аднабакова; праз прыклады з матэрыялаў СМІ назіраецца трансфармаванне свядомасці грамадства ў дачыненні да праблемы гендарных адносін, недастатковае разуменне ролі жанчыны ў сістэме развіцця асобы і соцыўма. Мала надаецца ўвагі ў раскрыцці вобраза жанчыны-навукоўца як раўнапраўнай асобы, здольнай ствараць і захоўваць нацыянальна-культурныя і сусветныя каштоўнасці грамадства.

Спіс выкарыстанай лitarатуры

1. Голубева, И.В. Концепт «женщина» в системе ценностей современного общества / И.В. Голубева [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. — Дата доступа: 29.03.2016.

2. Денисова, А.А. Андогиния // Словарь гендерных терминов — М: Информация XXI век, 2002. — 255 с.

3. Комкова, О.В. Атрибутивная сочетаемость существительных мужчина и женщина в лингвокогнитивном аспекте (на материале русского языка) / О.В. Комкова [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. — Дата доступа: 29.03.2016.

4. Петров, М.С. Гендерные образы и стереотипы современной российской рекламы / М.С. Петров [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. — Дата доступа: 29.03.2016.