

**ЯЗЫК МАССМЕДИА И ГЕНДЕРНОЕ НЕРАВЕНСТВО:
РОЛЬ ЛЕКСИКИ В СТЕРЕОТИПИЗАЦИИ ПОЛОВ***Раджапова Наталья Базаровна**Термезский государственный университет**Кафедра русского языкознания*

Аннотация. Данная статья исследует роль лексических единиц в формировании и укреплении гендерных стереотипов в медиа. В работе рассматриваются теоретические основы возникновения гендерных стереотипов (устойчивых представлений о ролях и характеристиках мужчин и женщин) как результата социального конструирования. Анализируется, как медиа используют специфические лексические единицы для передачи и усиления этих стереотипов, часто изображая мужчин как «сильных» и «успешных», а женщин – как «зависимых» и «эмоциональных». Эти языковые конструкции оказывают значительное негативное влияние на общественное сознание, закрепляя неравенство и дискриминацию. В заключении предложены пути преодоления проблемы через осознанное, инклюзивное использование языка в медиа и повышение общественной осведомленности о вреде гендерных стереотипов для достижения более справедливого и равноправного общества.

Ключевые слова: гендер, гендерная лексика, гендерная идентичность, гендерные исследования, коммуникация, общество, медиа средства, гендерные стереотипы.

Гендерные стереотипы - это установленные идеи о том, какими должны быть мужчины и женщины, какие роли они должны играть в обществе. Они могут быть полезными в определенных контекстах, но часто они ограничивают возможности и свободу выбора для людей. Медиа, в свою очередь, играют важную роль в формировании и поддержании этих стереотипов.

Цель данной работы - исследовать роль лексических единиц в формировании гендерных стереотипов в медиа. Для достижения этой цели будут рассмотрены следующие аспекты: теоретические основы формирования гендерных стереотипов в медиа, лексические единицы и их роль в формировании гендерных стереотипов в медиа, примеры гендерных стереотипов, формируемых лексическими единицами в медиа, влияние гендерных стереотипов в медиа на общественное сознание.

Актуальность исследования заключается в том, что современное общество все еще сталкивается с проблемой неравенства полов и укорененных гендерных стереотипов. Медиа, в свою очередь, играют важную роль в формировании и

поддержании этих стереотипов, используя определенные лексические единицы, которые могут оказывать влияние на восприятие и представление о мужчинах и женщинах¹. Исследование данной проблематики позволит более глубоко понять механизмы формирования гендерных стереотипов в медиа и предложить пути их преодоления, что в свою очередь способствует созданию более равноправного и инклюзивного общества.

Объектом и предметом исследования в работе «роль лексических единиц в формировании гендерных стереотипов в медиа» является лексический состав, используемый в медийных текстах для описания и характеристики представителей разных полов. Исследование направлено на выявление того, какие лексические единицы чаще всего используются для описания мужчин и женщин в медиа, и как эти слова влияют на формирование гендерных стереотипов в обществе. Основной целью работы является анализ и классификация лексических единиц, а также определение их роли в укреплении или изменении гендерных стереотипов в медиа.

В современном обществе медиа играют важную роль в формировании гендерных стереотипов. Гендерные стереотипы представляют собой устойчивые представления, убеждения и ожидания относительно поведения, ролей и характеристик мужчин и женщин. Они формируются и поддерживаются различными социокультурными институтами, включая медиа².

Понятие гендерных стереотипов является ключевым для понимания роли лексических единиц в формировании этих стереотипов в медиа. Гендерные стереотипы включают в себя представления о том, какими должны быть мужчины и женщины, какие роли они должны играть в обществе, какие характеристики им присущи и каким образом они должны взаимодействовать друг с другом³.

Медиа, в свою очередь, являются важным источником информации и влияют на формирование гендерных стереотипов. Они представляют определенные идеалы и нормы, которые формируются и поддерживаются в процессе производства и потребления медиа-контента. Лексические единицы, такие как слова, фразы и выражения, играют важную роль в этом процессе⁴.

Лексические единицы в медиа могут быть использованы для усиления и поддержания гендерных стереотипов. Например, использование определенных

¹ Коваль А. А. Стереотип женщины-политика в американском массмедийном дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14. – №. 5. – С. 1559-1564.

² Гаранович М. В. Социолингвистическое варьирование гендерных стереотипов в языковом сознании русских. – Izdatel'skii tsentr Permskogo gosudarstvennogo natsional'nogo issledovatel'skogo universiteta, 2020.

³ Влодарчик Е. А. Гендерные стереотипы в дискурсе глянцевого журнала (на материале английского и испанского языков) : дис. – Сибирский федеральный университет, 2019. URL: https://elibrary.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/112429/vlodarchik_vkr.pdf?sequence=1 (дата обращения: 12.03.2024).

⁴ Бушев А. Б. Политическая коммуникативистика в системе тактических и новых медиа // Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов. – 2017. – №. 2. – С. 25-42.

слов и фраз может укрепить представления о том, что мужчины и женщины должны иметь определенные роли и характеристики. Некоторые слова могут быть связаны с определенными гендерными ролями, например, «сильный» и «агрессивный» могут быть связаны с мужчинами, в то время как «нежная» и «эмоциональная» могут быть связаны с женщинами.

Кроме того, лексические единицы могут использоваться для создания и поддержания стереотипных образов мужчин и женщин в медиа. Например, использование определенных слов и фраз может создать образ мужчины как успешного и властного, а женщины как красивой и зависимой. Эти стереотипные образы могут влиять на восприятие и поведение людей, а также на их представления о себе и других.

Однако, лексические единицы также могут быть использованы для изменения и преодоления гендерных стереотипов в медиа. Например, использование нейтральных или положительных слов и фраз может снизить влияние стереотипов на восприятие и поведение людей. Кроме того, использование разнообразных и реалистичных образов мужчин и женщин в медиа может помочь разрушить стереотипы и способствовать равноправию и инклюзии.

Для понимания роли лексических единиц в формировании гендерных стереотипов в медиа необходимо учитывать контекст и семантику использованных слов и фраз. Например, одно и то же слово может иметь различные значения и ассоциации в разных контекстах. Кроме того, важно учитывать мнение и опыт различных групп людей, чтобы избежать усиления стереотипов и предубеждений⁵.

В целом, гендерные стереотипы в медиа формируются и поддерживаются различными социокультурными факторами, включая лексические единицы. Однако, лексические единицы также могут быть использованы для изменения и преодоления этих стереотипов. Понимание роли лексических единиц в формировании гендерных стереотипов в медиа является важным шагом к созданию более равноправного и инклюзивного общества⁶.

В заключении данной работы можно сделать следующие выводы.

В настоящее время медиа играют огромную роль в формировании общественного сознания и мировоззрения людей. Они являются важным инструментом передачи информации и взаимодействия между людьми. Однако, медиа также могут быть источником формирования гендерных стереотипов,

⁵ . Гусейнова И. А., Никитенкова К. Г. Амбисемия и гендерный фактор (на материале современной немецкой интернет-прессы) // Верхневолжский филологический вестник. – 2023. – №. 1 (32). – С. 120-128.

⁶ Левченко Т. Л. Языковые особенности репрезентации стереотипа внешней красоты в дискурсе СМИ: гендерный подход // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2019. – №. 2 (237). – С. 41-44.

которые оказывают негативное влияние на общество и его развитие.

В ходе исследования были рассмотрены теоретические основы формирования гендерных стереотипов в медиа. Было выяснено, что гендерные стереотипы возникают в результате социального конструирования ролей мужчин и женщин в обществе. Медиа, в свою очередь, являются средством передачи и укрепления этих стереотипов. Лексические единицы, такие как слова, фразы и выражения, играют важную роль в этом процессе.

Было выяснено, что лексические единицы в медиа могут использоваться для усиления гендерных стереотипов. Например, использование определенных слов и фраз для описания мужчин и женщин может создавать неравенство и дискриминацию. Часто мужчинам приписываются качества силы, агрессии и решительности, в то время как женщинам - качества подчинения, красоты и нежности. Такие стереотипы могут оказывать негативное влияние на самооценку и возможности людей⁷.

Примеры гендерных стереотипов, формируемых лексическими единицами в медиа, были рассмотрены в работе. Было обнаружено, что мужчины и женщины часто изображаются в медиа в стереотипных ролях: мужчины - как сильные и успешные, женщины - как зависимые и сексуальные объекты. Это приводит к усиленному распространению гендерных норм и ограничений, которые могут оказывать негативное влияние на равноправие и развитие общества⁸.

Влияние гендерных стереотипов в медиа на общественное сознание было также рассмотрено в работе. Было выяснено, что медиа могут формировать определенные представления о ролях мужчин и женщин, которые затем влияют на поведение и ожидания людей в реальной жизни. Например, женщинам может быть сложно преодолеть стереотипы и занимать высокие посты в карьере из-за предрассудков и дискриминации⁹. Таким образом, гендерные стереотипы в медиа могут препятствовать развитию равноправия и справедливости в обществе.

В заключение, были предложены методы преодоления гендерных стереотипов в медиа. Один из таких методов - это осознанное использование языка и лексических единиц, чтобы избегать усиления гендерных стереотипов. Необходимо признать, что каждый человек уникален и не должен быть ограничен стереотипами, связанными с его полом. Также важно повышать осведомленность общества о проблеме гендерных стереотипов и их негативном

⁷Беляева М. С. Особенности выражения эмоций в языке и тексте // М.: Научноиздательский центр. – 2020. URL: <https://scipress.ru/upload/philology/fal12020.pdf#page=35> (дата обращения: 12.03.2024).

⁸ Байкалова Н. С. Гендерный фактор при формировании образа политика в российских и американских СМИ: дис. – Сибирский федеральный университет, 2016.

⁹ Коваль А. А. Стереотип женщины-политика в американском массмедийном дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14. – №. 5. – С. 1559-1564.

влиянии на развитие общества.

Таким образом, исследование роли лексических единиц в формировании гендерных стереотипов в медиа позволяет лучше понять влияние медиа на общественное сознание и развитие гендерного равенства. Осознанное использование языка и лексических единиц может помочь преодолеть гендерные стереотипы и создать более справедливое и равноправное общество.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Байкалова Н. С. Гендерный фактор при формировании образа политика в российских и американских СМИ: дис. – Сибирский федеральный университет, 2016.
2. Беяева М. С. Особенности выражения эмоций в языке и тексте // М.: Научноиздательский центр. – 2020. URL: <https://scipress.ru/upload/philology/fa112020.pdf#page=35> (дата обращения: 12.03.2024).
4. Бушев А. Б. Политическая коммуникативистика в системе тактических и новых медиа // Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов. – 2017. – №. 2. – С. 25-42.
5. Влодарчик Е. А. Гендерные стереотипы в дискурсе глянцевого журналов (на материале английского и испанского языков) : дис. – Сибирский федеральный университет, 2019. URL: https://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/112429/vlodarchik_vkr.pdf?sequence=1 (дата обращения: 12.03.2024).
6. Войченко В. М. Массмедийный женский гляцевый дискурс: жанровые, тематические и стилистические особенности // Дискурсивное пространство в лингвистическом ракурсе. – 2017. – С. 13-37.
7. Гаранович М. В. Социолнгвистическое варьирование гендерных стереотипов в языковом сознании русских. – Izdatel'skiĭ tsentr Permskogo gosudarstvennogo natsional'nogo issledovatel'skogo universiteta, 2020.
8. Гусейнова И. А., Никитенкова К. Г. Амбисемия и гендерный фактор (на материале современной немецкой интернет-прессы) // Верхневолжский филологический вестник. – 2023. – №. 1 (32). – С. 120-128.
9. Зиёдова С. Б., Раджапова Н. Б. Гендерная проблематика в языкознании // Tanqidiy nazar, tahliliy tafakkur va innovatsion g 'oyalar. – 2025. – Т. 1. – №. 1. – С. 419-423.
10. Кирсанова М. А. Роль антипословиц с гендерным компонентом в формировании юмористического образа женщины (на материале русского и английского языков) // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2020. – Т. 18. – №. 3. – С. 87-102.

11. Коваль А. А. Стереотип женщины-политика в американском массмедийном дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2021. – Т. 14. – №. 5. – С. 1559-1564.

12. Раджапова Н. Б. Семантика гендерной лексики в языковой картине мира (на материале русских и узбекских пословиц) // Educational Research in Universal Sciences. – 2023. – Т. 2. – №. 3. – С. 339-342.

13. Раджапова Н. Гендерные особенности в речи // Традиции и инновации в исследовании и преподавании языков. – 2023. – Т. 1. – №. 1. – С. 213-217.

14. Левченко Т. Л. Языковые особенности репрезентации стереотипа внешней красоты в дискурсе СМИ: гендерный подход // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2019. – №. 2 (237). – С. 41-44.