УДК 81'1
ББК Ш100.3 *ГСНТИ 16.21.27; 16.21.29* *Код ВАК 10.02.04*

И. С. Пирожкова
Екатеринбург, Россия

ПРЕЦЕДЕНТНОЕ ИМЯ КАК СРЕДСТВО РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ К. РАЙС И И. ХАКАМАДЫ

АННОТАЦИЯ. *Лингвистическое исследование гендера предполагает изучение различий «мужского» и «женского» языка, типичных для мужчин и женщин стратегий и тактик речевого поведения, а также репрезентаций мужского и женского в номинативной системе языка, приписывание определенных оценок. В последние годы возрастает интерес к изучению гендерного аспекта политического дискурса, что связано, во-первых, с увеличением числа женщин на важных политических постах в государстве, а во-вторых, с интересом ученых к тому, как проявляются черты фемининности в языке политики — сфере, которая традиционно считалась мужской. В статье предлагается анализ прецедентных имен из дискурсов женщин-политиков К. Райс и И. Хакамады с целью выявления участия прецедентных имен в проявлении гендерных стереотипов (под которыми понимаются упрощенные, схематизированные, эмоционально окрашенные, устойчивые образы мужчин и женщин, распространяемые обычно на всех представителей той или иной гендерной общности). Прецедентные имена институционального дискурса американского политика-женщины не содержат ярко выраженных гендерных маркеров, стереотипы, создаваемые с их помощью, концептуализируют сферу политики как мужскую. И. Хакамада маскулинизирует собственный образ посредством апелляции к серьезным вопросам, проблемам внутренней и внешней политики, экономики, терроризма, но в то же время представляет себя как человека творческого, умеющего совмещать реальный и вымышленный миры.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *гендерные стереотипы; прецедентные феномены; прецедентные имена; политический дискурс; коммуникативно-дискурсивное исследование гендера; феминистская лингвистика.*

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: *Пирожкова Ирина Сергеевна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: irene22@live.ru.*

Расширение области лингвистических исследований привело в 70-е гг. XX в. к развитию гендерного направления в изучении языка, которое позволяет полнее учитывать человеческий фактор в языке [Lakoff 1975; Tannen 1990 и др.].

Основы данного направления были заложены в рамках феминистской лингвистики, постулирующей подчиненное положение женского языка в обществе. Термин «гендер» при этом использовался для описания социальных, культурных, психологических аспектов «женского» в сравнении с «мужским». Язык был обвинен в андроцентричности, проявляющейся в «преобладании мужских форм в языке, вторичности и объектности женщин, совпадении во многих языках понятий „человек“ и „мужчина“, преобладании в обозначениях женщин негативных оценок» [Кирилина, Томская http]. По мнению Р. Лакофф, речевое поведение женщины отличается неуверенностью, меньшей агрессивностью по сравнению с мужским, большей гуманностью и ориентированностью на своего партнера по коммуникации [Tannen 1990].

Эмпирическая проверка предположений, выдвигаемых последователями феминистской лингвистики, поставила под сомнение многие из них и привела к возникновению новых направлений в исследовании гендера: социолингвистического, лингвокультурологического, психолингвистического, коммуникативно-дискурсивного. В рамках данных направлений приводятся доказательства социальной природы гендерных различий, активно изучаются гендерные аспекты вербального поведения, характерного для определенных культур или субкультур, выявляются закономерности и нормы, регулирующих речевые события, выявляются стереотипы фемининности и маскулинности, проявляющиеся в разных типах дискурса. Под фемининностью в данном случае понимаются формы поведения, ожидаемые от женщин в данном обществе. Маскулинность представляет собой комплекс настроений, характеристик поведения, возможностей и ожиданий, детерминирующих социальную практику той или иной группы, объединенной по признаку пола. Другими словами, маскулинность — это то, что добавлено к анатомии для получения мужской гендерной роли [Словарь гендерных терминов http].

В отечественном языкознании термин «гендер» был введен в середине 90-х гг., после знакомства российских лингвистов с работами зарубежных исследователей. Значительный вклад в развитие гендерных лингвистических исследований внесли Е. С. Гриценко, Е. И. Здравомыслова, А. В. Кирилина, О. В. Рябов, Т. Б. Рябова и др.

Понятие «гендер» используется в современной науке, чтобы провести границу между понятием «биологический пол» и социальными и культурными характеристиками, которые отличают мужчин от женщин [Витлицкая 2005: 17].

А. В. Кирилина понимает гендер как феномен, который отражает одновременно процесс и результат «встраивания» индивида в социально и культурно обусловленную

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №16-18-02102).

© Пирожкова И. С., 2017

модель мужественности или женственности, принятую в данном обществе на определенном историческом этапе. Гендер акцентирует социально-культурную, а не природную доминанту пола [Кирилина 1999: 27]. Сегодня речь идет не о том, как пол влияет на коммуникативное поведение и использование языка, а о том, какими средствами располагает язык для конструирования гендерной идентичности, в каких коммуникативных ситуациях и типах дискурса и с какой интенсивностью совершается конструирование, какие экстра- и интралингвистические факторы влияют на этот процесс [Кирилина 2003: 12].

Лингвистическое исследование гендера предполагает изучение того, «(1) как говорят женщины и мужчины (т. е. различия мужского и женского языка, стратегии и тактики речевого поведения, гендерно-специфичный выбор единиц лексикона / синтаксических конструкций) и (2) как говорят о женщинах и мужчинах (репрезентации мужского и женского в номинативной системе языка, приписывание определенных оценок)» [Гриценко 2005: 78].

Для современной отечественной и зарубежной лингвистики особый интерес представляют особенности конструирования гендера в разных типах дискурса: художественном [Бакулин 2009; Паланчук 2008], рекламном [Витлицкая 2005; Томская 2002], массмедийном [Двинянинова, Морозова 2002; Кирилина 2000], спортивном [Трубченинова 2003], политическом [Гриценко 2005; Рябова http]. Анализу подвергаются морфологические, лексические, семантические, синтаксические особенности женского и мужского дискурсов или дискурса определенного типа, адресованного мужчинам или женщинам.

Для нашего исследования релевантными являются работы, связанные с выявлением гендерных особенностей прецедентных феноменов и, в частности, прецедентных имен. Под прецедентными феноменами понимают феномены, известные значительной части представителей национально-лингвокультурного сообщества; актуальные в когнитивном (познавательном и эмоциональном) плане; обращение к которым обнаруживается в речи представителей соответствующего национально-лингвокультурного сообщества. [Красных 2003; Нахимова 2007]. Прецедентные имена — индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом, как правило, относящимся к числу прецедентных (например, *Обломов*, *Тарас Бульба*), или с ситуацией, широко известной носителям языка и выступающей как прецедентная (*Иван Сусанин*, *Колумб*); имя-символ, указывающее на некоторую эталонную совокупность определенных качеств (*Моцарт*, *Ломоносов*) [Гудков 2003: 108].

Наибольшее количество работ, в которых одним из аспектов изучения гендерных особенностей становится анализ ПФ, посвящено художественному дискурсу, что вполне закономерно, так как изучение феномена прецедентности началось именно с выявления типов и функций ПФ в художественных произведениях.

Н. В. Паланчук изучает гендерную концептосферу в дискурсе драматургов-елизаветинцев. Особая роль в репрезентации гендерных концептов отводится прецедентным именам. Анализ художественных произведений рассматриваемой эпохи выявил несколько гендерных особенностей использования прецедентных имен: апелляция посредством них к концепту «мужчина» более частотна и обладает большим метафорическим разнообразием; наиболее актуальными семантическими областями, актуализируемыми посредством мужского прецедентного имени, являются «черты характера», «род деятельности», «величие, высокое общественное положение», «внешность», «физическая сила», «подвиг, выполнение сложной работы»; женские прецедентные имена представлены в двух тематических группах: «красота» и «черты характера», мужские же представлены в тематических группах «война, военные действия», «клятвы», «неотвратимые события»; женские прецедентные имена представлены в группе «клятвы» [Паланчук 2008: 7—8].

М. А. Бакулин [Бакулин 2009] рассматривает использование феномена прецедентности для репрезентации гендерных стереотипов в современном «женском» детективном романе. Автор выявляет высокую гендерную стереотипизированность современной «женской» прозы, проявляющуюся в создании образов героев, обосновании мотивов их поведения, в построении сюжета. ПФ сферы-источника «Литература» оказались наиболее востребованными для создания женского образа в романе и отражают представления о женской глупости, увлечении модой, стремлении найти обеспеченного спутника жизни, о необычайной силе женской любви и др. В данной работе автор рассматривает ПФ не изолированно, а в контексте, так как, по справедливому замечанию Л. И. Гришаевой, «минимальной единицей анализа того, как дискурсивный фактор „гендер“ влияет на выбор языковых средств, должна быть не лексема, не группа слов, <…> не изолированный речевой акт, а дискурс и/или текст» [Гришаева 2004: 69].

Гендерные особенности ПФ выделяют также в дискурсе СМИ. Н. А. Шебалина вы-

являет различия в арсенале прецедентности в глянцевых журналах, ориентированных на мужскую и женскую аудиторию. В использовании прецедентных имен гендерно детерминированные особенности проявляются следующим образом: в материалах мужских журналов преобладают реальные прецедентные имена сферы-источника «Литература», в женских журналах более частотны вымышленные единицы той же сферы. В данном случае можно говорить о репрезентации гендерных стереотипов: женщина склонна к романтизации реальности, мужчина же реально воспринимает действительность [Шебалина 2006].

В рамках концептуального подхода к изучению произведений смеховых жанров Г. Г. Слышкин анализирует гендерные особенности анекдота путем количественного анализа концептов прецедентных личностей. В итоге имена политиков-мужчин оказались наиболее востребованными, что, по мнению автора, «отражает положение дел в общественной жизни: преобладание мужчин среди общественно-значимых фигур вызывает их значительное превалирование в анекдотах» [Слышкин 2004: 197]. В результате детального анализа прецедентных антропонимов и имен нарицательных с позиции их гендерной соотнесенности автор констатирует андроцентризм (т. е. ориентированность на мужчину) в русском анекдоте [Там же: 207].

В последние годы возрастает интерес к изучению гендерного аспекта политического дискурса, что связано, во-первых, с увеличением числа женщин на важных политических постах в государстве, а во-вторых, с интересом ученых к тому, как проявляются черты фемининности в языке политики — сфере, которая традиционно считалась мужской.

Исследование прецедентности с учетом гендерных факторов в политическом дискурсе проводится редко. Интересным является сопоставительное исследование ПФ в предвыборном дискурсе Б. Обамы и Х. Клинтон, предпринятое О. А. Ворожцовой [Ворожцова 2009]. Автор проводит анализ ПФ по трем параметрам: сфере культурного знания, к которым принадлежат прецедентные феномены; национально-культурным основам происхождения прецедентных феноменов; трансформации прецедентных феноменов. Значительных отличий в использовании ПФ кандидатом — мужчиной и женщиной зафиксировано не было, что подтверждает тезис о слабо выраженной гендерной маркированности в жанре институционально организованного политического дискурса [Куницына 2011].

В данном исследовании мы проанализируем прецедентные имена, принадлежащие дискурсам К. Райс и И. Хакамады, с целью выявления участия данных лингвистических единиц в проявлении гендерных стереотипов. В этой связи необходимо дать определение гендерным стереотипам.

Под гендерными стереотипами понимают упрощенные, схематизированные, эмоционально окрашенные, устойчивые образы мужчин и женщин, распространяемые обычно на всех представителей той или иной гендерной общности, независимо от личных особенностей тех или иных представителей [Кирова 2009: 139]. Гендерные стереотипы — «культурно и социально обусловленные мнения и пресуппозиции о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражение в языке» [Слышкин 2002: 66]. Гендерные стереотипы редко поддаются коррекции, так как основаны на предубеждении, а не на рациональном знании [Словарь гендерных терминов http], поэтому политикам особенно важно учитывать сложившиеся представления о фемининности и маскулинности при создании собственного образа.

Исследования содержания гендерных стереотипов в разных лингвокультурах проводились неоднократно и позволили составить ряд оппозиций, характеризующих мужественность и женственность. Женщине приписываются прежде всего качества, ассоциируемые с теплотой и экспрессивностью, а мужчине — с компетентностью и рациональностью. Гендерные стереотипы оказывают большое влияние на политический дискурс. «Власть коррелирует с такими атрибутами маскулинности, как сила, разум, воля, ответственность, активность. Женское же начало трактуется как бесформенная материя, природа, хаос, как необъятная, необузданная стихия, несущая опасность» [цит. по: Рябова http].

Т. Б. Рябова приводит следующие гендерные стереотипы, задействованные в политическом дискурсе:

1. Политическая борьба часто представляется как состязание, «мужской разговор», поле битвы, что традиционно считается мужской прерогативой.
2. Корреляция маскулинности и фемининности соответственно с публичной и приватной сферами имеет следствием то, что мужчинам и женщинам отводятся альтернативные области экспертиз (первым — экономика, международная политика, сельское хозяйство, армия, в то время как вторым — образование, здравоохранение, социальные вопросы, охрана окружающей среды) [Рябова http].
3. Качества, характеризующие когнитивную

сферу мужчины и женщины, полярны как по содержанию, так и по оценке. Логичность, рациональность, склонность к размышлению, быстрый ум, объективность, находчивость приписываются мужчине; иррациональность, нелогичность и даже глупость — женщине.

4. В эмоциональной сфере «мужскими» качествами считаются рациональность и хладнокровие; «женскими» — эмоциональность, восприимчивость, внушаемость, чувствительность, ранимость, истеричность, капризность [Рябова 2003].

Гендерный фактор активно проявляется в политическом дискурсе, гендерные символы, метафоры и ПФ позволяют политикам нужным образом позиционировать себя и своих противников. Маскулинизация «своих» и феминизация «чужих» — распространенный прием в политическом дискурсе, важное значение в котором имеет оперирование гендерными стереотипами, сложившимися в обществе.

Анализ прецедентных имен в дискурсе К. Райс подтвердил мнение Д. Таннен о том, что «женщины в политике находятся в двойственном положении. Они, с одной стороны, должны сохранять женственность в языке и поведении, чего требует их гендерная идентичность, а с другой — проявлять качества сильного руководителя, то есть принимать те модели поведения, которые неизбежно вступают в конфликт с представлениями о женственности» [Tannen 1990: 241].

Прецедентные имена, зафиксированные в дискурсе американского политика-женщины, структурируют политику как мужскую сферу и актуализируют следующие гендерные стереотипы.

1. Портрет идеального политика составляется преимущественно из маскулинных черт, таких как отвага, решительность, смелость и др. Бóльшая часть прецедентных имен в дискурсе К. Райс принадлежит сферам-источникам «Политика», «Война», «Терроризм», «Экономика», «Спорт», которые традиционно считаются мужскими и создают образ сильного, активного и бескомпромиссного лидера.

The President has been very clear that the United States has a job to do in ***Iraq…*** (Interview of the National Security Advisor by KXAS-TV, Dallas, Texas, November 11, 2003)

But it is time to come to a conclusion that says to ***Saddam Hussein****, it's time for you to disarm or to be disarmed* (Remarks by National Security Advisor C. Rice in Press Availability, March 14, 2003).

Well, I knew nothing good would come of ***the Red Sox*** *winning again and of* ***the Patriots'*** *near perfect season, though it's not over yet, Nick* (Announceent of Departure of Under Secretary of State for Political Affairs R. N. Burns, January 18, 2008).

2. Бóльшую часть прецедентных имен сферы «Политика» составляют имена мужчин, что актуализирует стереотип о бóльшей значимости мужчин в общественно-политической сфере. Отождествляя себя с ними или противопоставляя себя им, К. Райс подчеркивает свой профессионализм, причисляет себя к «своим парням».

We need the help of international community. One of the things I really agreed with is what ***Gordon England*** *said, "This isn't an American problem. This is an international problem"* (Press Roundtable, March 23, 2007).

I want to thank too those who have been so active in keeping the ***Marshall story*** *alive* (Remarks at the Dedication Ceremony of the George C. Marshall Conference Centre, October 26, 2007).

3. Все прецедентные имена сфер-источников «Литература», «Музыка» и «Кино» являются реальными: это имена писателей, композиторов и музыкантов, актеров и режиссеров. Считается, что апелляция к рациональному и реальному является типично мужским качеством.

You know, I'm tempted to say about the transatlantic relationship what I think ***Mark Twain*** *apparently said about* ***Wagner's*** *music: "it's better than it sounds"* (Dr. Rice Addresses War on Terror, Washington, August 19, 2004).

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что прецедентные имена институционального дискурса американского политика — женщины не содержат ярко выраженных гендерных маркеров, стереотипы, создаваемые с их помощью, концептуализируют сферу политики как мужскую; женщина-политик при этом следует сложившейся традиции и действует в первую очередь как профессионал.

Корпус прецедентных имен из дискурса И. Хакамады позволил выделить следующие актуализируемые ими гендерные стереотипы политического дискурса.

1. Большая часть прецедентных имен в институциональном дискурсе российского политика — женщины принадлежит сферам-источникам «Политика», «Война», «Терроризм», «Экономика», «Спорт», что можно рассматривать как попытку маскулинизации собственного образа посредством апелляции к сложившемуся стереотипу, что данные области относятся к типично мужской сфере деятельности.

Руками ***Рогозина Кремль*** *убивал других оппонентов — руками* ***„Родины"*** *убивалось много демократических партий, включая*

СПС (Интервью Yoki.ru. 07.09.2007).

*Да, был **Гайдар**, да, был **Черномырдин,** даже был **Примаков** при согласии с коммунистами. Был **Кириенко.** И ничего не поменялось. Поэтому вопрос не кто виноват, а что делать* (Телеканал НТВ. «Свобода слова». 28.11.2003).

2. В дискурсе И. Хакамады зафиксированы прецедентные имена, принадлежащие сфере «Мода», что, на наш взгляд, является проявлением гендерных особенностей языка политика. При этом актуализируется стереотип о том, что мода относится к сфере интересов женщины. В приведенном ниже примере фемининность усиливается личной ориентацией высказывания на себя:

*В свое время я купила в Вене вещь от **Jean Paul Gaultier** за 100 американских долларов* (И. Хакамада о футболе, Тарантино, сексуальности и двух дорогах в большой политике. 01.12.2007).

3. В сфере «Литература», наряду с упоминанием реальных прецедентных имен, появляется значительное количество вымышленных прецедентных имен, что может говорить о проявлении стереотипа относительно увлечения женщин миром фантазий, далеким от реальности.

*Я могу сказать, что в бизнесе работала, предприятия создавала реальные, в отличие от **Хлестакова**, в политике работала, преподавала, кандидат экономических наук… во всяком случае, все умею сама* (Радиостанция «Эхо Москвы». 20.01.2004).

*Фактически это книга о похождениях женщины в большой политике среди огромного количества мужчин, вроде как „**Алиса в Стране чудес**“* (Стенограмма пресс-конференции И. Хакамады в Екатеринбурге. 04.03.2006).

4. Упоминание собственного имени И. Хакамадой может быть квалифицировано как акцентированное, в определенной степени кокетливое выделение своей собственной персоны, свойственное женскому типу поведения.

*Касьянова поддерживают потому, что он бывший премьер-министр, мужчина и так далее, а **Хакамаду** нет, никак («Я ушла не потому, что мне мешал Кремль». 24.01.2008).*

*Не нужны никакие **Викторы Похмелкины** и никакие **Ирины Хакамады**, и никакой политики. Вот пусть гражданское общество выйдет и заявит, как заявили пенсионеры, когда у них забрали льготы* (После первомая. Демократы вместе и врозь. Радио «Свобода». 03.05.2005).

5. Частое оперирование именами женщин-политиков подчеркивает важность «женского» голоса в сфере, которая традиционно принадлежит мужчинам.

*Но я ведь хотела бы заметить, что **Тимошенко** не является президентом на Украине, а президентом является добрый, пушистый, мягкий Ющенко* (Может ли президентом России быть женщина? 21.11. 2007).

*И я даже в свое время сказала, что в Думе есть единственный мужчина — **Галина Старовойтова*** (Первый канал. «Доброе утро». 20.11.2003).

*Я готова стать русской **Кондолизой Райс*** (74.ru. 19.01.2004).

Соответствие гендерным нормам и ожиданиям — важный аспект языкового конструирования имиджа политического лидера. Политику-женщине важно создать образ сильного руководителя, но при этом сохранить те женские черты, которые высоко ценятся в обществе. Как показал анализ прецедентных имен, принадлежащих дискурсу политика, с одной стороны, И. Хакамада маскулинизирует собственный образ посредством апелляции к серьезным вопросам, проблемам внутренней и внешней политики, экономики, терроризма, с другой — представляет себя как человека творческого, умеющего совмещать реальный и вымышленный миры.

Итак, исследователи признают гендер «плавающим» параметром, проявляющимся с неодинаковой интенсивностью вплоть до полного его исчезновения в ряде коммуникативных ситуаций [Кирилина 1999]. Представления о мужественности и женственности в социальной практике закрепляются в языке в виде стереотипов. Анализ прецедентных имен в институциональном дискурсе политических лидеров — женщин показал, что К. Райс и И. Хакамада склонны маскулинизировать собственный образ, используя ПИ традиционно мужских сфер деятельности «Политика», «Война», «Терроризм», «Экономика». Женские черты активнее проявляются в дискурсе И. Хакамады, политик оперирует ПИ женщин-политиков, акцентируя тем самым увеличение женского влияния в политике. Востребованными являются ПИ вымышленных литературных персонажей, модельеров, названия глянцевых журналов. Более активное проявление фемининных черт в дискурсе российского политика можно объяснить относительной свободой политического статуса И. Хакамады по сравнению с К. Райс. Пост госсекретаря США предполагает четкое следование установившимся традициям в политике, где главная роль по-прежнему принадлежит мужчинам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бакулин М. А. Прецедентность как средство репрезентации гендерных стереотипов в современном «женском»

детективном романе // Университетская филология — образованию: регулятивная природа коммуникации : материалы Второй междунар. науч.-практ. конф. «Коммуникативистика в современном мире: регулятивная природа коммуникации» (Барнаул, 14—18 апр. 2009 г.) / под ред. Т. В. Чернышовой. — Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2009. Ч. 1. С. 14—19.

2. Витлицкая Е. В. Лингвистическая репрезентация гендерных стереотипов в рекламе (на материале англоязычных и русскоязычных текстов) : дис. … канд. филол. наук : 10.02.19. — Тамбов, 2005. 145 с.

3. Ворожцова О. А. Гендерные особенности предвыборного дискурса (на материале президентских выборов США 2008 года) // Политическая коммуникация : материалы Всерос. науч. школы для молодежи (Екатеринбург, 25 авг. — 8 окт. 2009) / Урал. гос. пед. ун-т ; гл. ред. А. П. Чудинов. — Екатеринбург, 2009. С. 22—24.

4. Гриценко Е. С. Язык как средство конструирования гендера : дис. … д-ра филол наук : 10.02.19. — Н. Новгород, 2005. 404 с.

5. Гришаева Л. И. Гендерные стереотипы как текстообразующий фактор // Studies about languages. 2004. № 6. С. 62—71.

6. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. — М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. 288 с.

7. Гуссейнова И. А. О некоторых формах представления гендерного аспекта в коммерческих дескриптивных рекламных текстах // Гендер как интрига познания : альманах. — М. : Рудомино, 2002. Пилотный вып. : Гендерные исследования в лингвистике, литературоведении и теории коммуникации. С. 57—66.

8. Двинянинова Г. С., Морозова И. С. Комплимент как коммуникативная стратегия и прагматическая тактика в англоязычном дискурсе (гендерный аспект) // Гендер: язык. Культура. Коммуникация : докл. Второй междунар. конф., Москва, 22—23 нояб. 2001 г. — М., 2002. С. 118—126.

9. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. — М. : Изд-во «Институт социологии РАН», 1999. 189 с.

10. Кирилина А. В. Гендерные аспекты массовой коммуникации // Гендер как интрига познания : сб. статей / сост. А. В. Кирилина. — М., 2000. С. 47—80.

11. Кирилина А. В. Некоторые итоги гендерных исследований в российской лингвистике // Гендер: язык, культура, коммуникация : материалы Третьей междунар. конф. (27—28 нояб. 2003, МГЛУ). — 2003. С. 12—13.

12. Кирилина А. В., Томская М. В. Лингвистические гендерные исследования. URL: http://www.strana-oz.ru/?article=1038&numid=23.

13. Кирова А. Г. Развитие гендерных исследований в лингвистике // Вестн. ТГПУ. 2009. Вып 8 (86). С. 138—140.

14. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? — М. : Гнозис, 2003. 375 с.

15. Куницына Е. В. Гендерная маркированность политического дискурса: языковой и речевой аспекты (на материале предвыборных речей Х. Клинтон и Б. Обамы) : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.02.19. — Ставрополь, 2011. 24 с.

16. Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации : моногр. / ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т». — Екатеринбург, 2007. 207 с.

17. Паланчук Н. В. Гендерная концептосфера в дисурсе драматургов-елизаветинцев : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.02.19. — Волгоград, 2008. 15 с.

18. Рябова Т. Б. Стереотипы и стереотипизация как проблема гендерных исследований // Личность. Культура. Общество. 2003. Т. V, вып. 1—2 (15—16). С. 120—139. URL: http://cens.ivanovo.ac.ru/publications/riabova-stereotipy.htm.

19. Рябова Т. Б. Мужественность и женственность в политическом дискурсе современного российского общества. URL: http http://www.genderstudies.info/politol/5.php.

20. Словарь гендерных терминов / под ред. А А Денисовой. URL: http://www.owl.ru/gender/index.htm.

21. Слышкин Г. Г. Гендерная концептосфера современного русского анекдота // Гендер как интрига познания: гендерные исследования в лингвистике, литературоведении и теории коммуникации : альманах. — М., 2002. С. 66—73.

22. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты : дис. … д-ра филол. наук : 10.02.19. — Волгоград, 2004. 327 с.

23. Томская М. В. Гендерная характеристика социальной рекламы (вербальные и невербальные компоненты) // Гендер: язык, культура, коммуникация : докл. Второй междунар. конф., Москва, 22—23 нояб. 2001 г. — М., 2002. С. 294—300.

24. Трубченинова А. А. Механизмы актуализации гендерных стереотипов в газетном спортивном дискурсе (на материале немецкой прессы) // Гендер: язык, культура, коммуникация : материалы Третьей междунар. конф., Москва, 27—28 нояб. 2003 г. — М., 2003. С. 110—112.

25. Шебалина Н. А. Прецедентные феномены в материалах гендерно ориентированных изданий России // Вестн. ЮУрГУ. 2006. № 8 (63). С. 85—89.

26. Coates J. Women, Men and Language: A sociolinguistic account of gender differences in communication. — Harlow England ; New York : Longman, 2004. 254 p.

27. Lakoff R. Language and Women's Place. — New York : Harper and Row, 1975. 83 p.

28. Tannen D. You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation. — New York : William Morrow, 1990. 319 p.

I. S. Pirozhkova
Ekaterinburg, Russia

PRECEDENT NAME AS A MEANS OF GENDER STEREOTYPES REPRESENTATION IN POLITICAL DISCOURSE OF C. RICE AND I. KHAKAMADA

ABSTRACT. *Linguistic study of gender implies the analysis of "male" and "female" features of language, typically male or female strategies and tactics of verbal behavior, representation of male and female features in nominative system of language and evaluation of certain phenomena by men and women. Gender aspect of political discourse is in the focus of many linguistic research works today. Such interest is caused by the growing number of women in politics and the linguists' interest to revealing feminine features of political language, the sphere which was traditionally associated with men. The paper analyzes precedent names found in political discourse of women-politicians C. Rice and I Khakamada to reveal the role of precedent phenomena in gender stereotypes representation. Gender stereotypes are simplified, conceptualized and emotionally colored fixed images of all men and women in a certain gender community. Precedent names do not have vivid gender markers in the institutional political discourse of American politician; the stereotypes built with precedent names represent the political sphere as belonging to men. I. Khakamada appeals to serious questions of foreign and domestic policy, economy, terrorism, and thus builds masculine image. At the same time her image is that of a creative person capable of combining both real and imaginary worlds.*

KEYWORDS: *gender stereotypes; precedent phenomena; precedent name; political discourse; communicative-discursive study of gender; feminist linguistics.*

ABOUT THE AUTHOR: *Pirozhkova Irina Sergeevna, Candidate of Philology, Senior Lecturer of Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Bakulin M. A. Pretsedentnost' kak sredstvo reprezentatsii gendernykh stereotipov v sovremennom «zhenskom» detektivnom romane // Universitetskaya filologiya — obrazovaniyu: regulyativnaya priroda kommunikatsii : materialy Vtoroy mezhdunar. nauch.-prakt. konf. «Kommunikativistika v sovremennom mire: regulyativnaya priroda kommunikatsii» (Barnaul, 14—18 apr. 2009 g.) / pod red. T. V. Chernyshovoy. — Barnaul : Izd-vo Alt. un-ta, 2009. Ch. 1. S. 14—19.

2. Vitlitskaya E. V. Lingvisticheskaya reprezentatsiya gendernykh stereotipov v reklame (na materiale angloyazychnykh i rus-

skoyazychnykh tekstov) : dis. … kand. filol. nauk : 10.02.19. — Tambov, 2005. 145 s.

3. Vorozhtsova O. A. Gendernye osobennosti predvybornogo diskursa (na materiale prezidentskikh vyborov SShA 2008 goda) // Politicheskaya kommunikatsiya : materialy Vseros. nauch. shkoly dlya molodezhi (Ekaterinburg, 25 avg. — 8 okt. 2009) / Ural. gos. ped. un-t ; gl. red. A. P. Chudinov. — Ekaterinburg, 2009. S. 22—24.

4. Gritsenko E. S. Yazyk kak sredstvo konstruirovaniya gendera : dis. … d-ra filol nauk : 10.02.19. — N. Novgorod, 2005. 404 s.

5. Grishaeva L. I. Gendernye stereotipy kak tekstoobrazuyushchiy faktor // Studies about languages. 2004. № 6. S. 62—71.

6. Gudkov D. B. Teoriya i praktika mezhkul'turnoy kommunikatsii. — M. : ITDGK «Gnozis», 2003. 288 s.

7. Gusseynova I. A. O nekotorykh formakh predstavleniya gendernogo aspekta v kommercheskikh deskriptivnykh reklamnykh tekstakh // Gender kak intriga poznaniya : al'manakh. — M. : Rudomino, 2002. Pilotnyy vyp. : Gendernye issledovaniya v lingvistike, literaturovedenii i teorii kommunikatsii. S. 57—66.

8. Dvinyaninova G. S., Morozova I. S. Kompliment kak kommunikativnaya strategiya i pragmaticheskaya taktika v angloyazychnom diskurse (gendernyy aspekt) // Gender: yazyk. Kul'tura. Kommunikatsiya : dokl. Vtoroy mezhdunar. konf., Moskva, 22—23 noyab. 2001 g. — M., 2002. S. 118—126.

9. Kirilina A. V. Gender: lingvisticheskie aspekty. — M. : Izd-vo «Institut sotsiologii RAN», 1999. 189 s.

10. Kirilina A. V. Gendernye aspekty massovoy kommunikatsii // Gender kak intriga poznaniya : sb. statey / sost. A. V. Kirilina. — M., 2000. S. 47—80.

11. Kirilina A. V. Nekotorye itogi gendernykh issledovaniy v rossiyskoy lingvistike // Gender: yazyk, kul'tura, kommunikatsiya : materialy Tret'ey mezhdunar. konf. (27—28 noyab. 2003, MGLU). — 2003. S. 12—13.

12. Kirilina A. V., Tomskaya M. V. Lingvisticheskie gendernye issledovaniya. URL: http://www.strana-oz.ru/?article=1038&numid=23.

13. Kirova A. G. Razvitie gendernykh issledovaniy v lingvistike // Vestn. TGPU. 2009. Vyp 8 (86). S. 138—140.

14. Krasnykh V. V. «Svoy» sredi «chuzhikh»: mif ili real'nost'? — M. : Gnozis, 2003. 375 s.

15. Kunitsyna E. V. Gendernaya markirovannost' politicheskogo diskursa: yazykovoy i rechevoy aspekty (na materiale predvybornykh rechey Kh. Klinton i B. Obamy) : avtoref. dis. … kand. filol. nauk : 10.02.19. — Stavropol', 2011. 24 s.

16. Nakhimova E. A. Pretsedentnye imena v massovoy kommunikatsii : monogr. / GOU VPO «Ural. gos. ped. un-t». — Ekaterinburg, 2007. 207 s.

17. Palanchuk N. V. Gendernaya kontseptosfera v disurse dramaturgov-elizavetintsev : avtoref. dis. … kand. filol. nauk : 10.02.19. — Volgograd, 2008. 15 s.

18. Ryabova T. B. Stereotipy i stereotipizatsiya kak problema gendernykh issledovaniy // Lichnost'. Kul'tura. Obshchestvo. 2003. T. V, vyp. 1—2 (15—16). S. 120—139. URL: http://cens.ivanovo.ac.ru/publications/riabova-stereotipy.htm.

19. Ryabova T. B. Muzhestvennost' i zhenstvennost' v politicheskom diskurse sovremennogo rossiyskogo obshchestva. URL: http://www.genderstudies.info/politol/5.php.

20. Slovar' gendernykh terminov / pod red. A A Denisovoy. URL: http://www.owl.ru/gender/index.htm.

21. Slyshkin G. G. Gendernaya kontseptosfera sovremennogo russkogo anekdota // Gender kak intriga poznaniya: gendernye issledovaniya v lingvistike, literaturovedenii i teorii kommunikatsii : al'manakh. — M., 2002. S. 66—73.

22. Slyshkin G. G. Lingvokul'turnye kontsepty i metakontsepty : dis. … d-ra filol. nauk : 10.02.19. — Volgograd, 2004. 327 s.

23. Tomskaya M. V. Gendernaya kharakteristika sotsial'noy reklamy (verbal'nye i neverbal'nye komponenty) // Gender: yazyk, kul'tura, kommunikatsiya : dokl. Vtoroy mezhdunar. konf., Moskva, 22—23 noyab. 2001 g. — M., 2002. S. 294—300.

24. Trubcheninova A. A. Mekhanizmy aktualizatsii gendernykh stereotipov v gazetnom sportivnom diskurse (na materiale nemetskoy pressy) // Gender: yazyk, kul'tura, kommunikatsiya : materialy Tret'ey mezhdunar. konf., Moskva, 27—28 noyab. 2003 g. — M., 2003. S. 110—112.

25. Shebalina N. A. Pretsedentnye fenomeny v materialakh genderno orientirovannykh izdaniy Rossii // Vestn. YuUrGU. 2006. № 8 (63). S. 85—89.

26. Coates J. Women, Men and Language: A sociolinguistic account of gender differences in communication. — Harlow England ; New York : Longman, 2004. 254 p.

27. Lakoff R. Language and Women’s Place. — New York : Harper and Row, 1975. 83 p.

28. Tannen D. You Just Don’t Understand: Women and Men in Conversation. — New York : William Morrow, 1990. 319 p.

Статью рекомендует к публикации канд. филол. наук, доц. М. Б. Ворошилова.