

КОНЦЕПТ «ЖЕНЩИНА»  
В ПРОСТРАНСТВЕ МАССМЕДИЙНОГО ДИСКУРСА

Данный доклад фокусируется на образе женщины в британских СМИ. В рамках исследования нами были проанализированы статьи в British National Corpus. Необходимо отметить, что контексты, содержащиеся в этом корпусе, датируются восьмидесятыми и девяностыми годами прошлого века, а потому могут не в полной мере отражать современные реалии.

Тема женской красоты поднимается чаще остальных. В 55 % контекстов, отнесенных к этой группе, авторы создают образ своих героинь через упоминание об их привлекательности, еще в 5 % идет самопрезентация через внешний вид. Причем помимо случаев, когда упоминание внешности оправдано, как, например, в контексте романтических отношений, были идентифицированы контексты с более серьезными темами, где описание привлекательности женщины может быть излишним.

Вторая по популярности тема – семья. В англоязычных СМИ 47 % исследованных контекстов представляют вступление в брак и материнство в положительном свете, в 15 % контекстов однозначной оценки выявлено не было, в 18 % говорится о проблемах неблагополучных семей, например, статьи о насилии со стороны матери.

Частотным в СМИ является образ женщины в сфере бизнеса и карьеры. Англоязычная пресса чаще пишет про конкретных женщин и их профессиональную деятельность (64 % контекстов). Преобладает позитивная оценка работающих женщин, однако можно встретить негативную оценку личных качеств женщины, а также негативные оценки женщин, делающих карьеру, в частности, в армии.

Дальше по популярности идёт тема спорта. В большинстве случаев обсуждаются успехи отдельных спортсменок (78 %). В 22 % англоязычных контекстов сравниваются спортивные результаты женщин и мужчин, причем это сравнение акцентирует внимание читателя на спортивных достижениях женщин.

Аналогичное количество контекстов посвящено роли женщин в сфере науки и культуры; отмечается следующая тенденция: в группе, объединяющей статьи о деятельности женщин в науке и культуре всего 11 % публикаций посвящено женщинам-исследователям, деятельность которых оценивается положительно.

Образ женщины-политика вызывает противоречивые оценки. В 25 % исследованных англоязычных контекстов авторы негативно высказываются о женщинах в политике, еще 25 % контекстов содержат положительную оценку.

В целом исследование продемонстрировало как сходства, так и отличия в концептуализации образа женщины в англо- и русскоязычном медиа-дискурсе.