

УДК 81

Языковые способы формирования гендерных образов в современном российском медиадискурсе моды

Инь Синьтин^(*)

5308957675@qq.com

Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, Москва, Россия

Аннотация. Проанализированы языковые средства, используемые для формирования мужских и женских образов в российском медиадискурсе моды. Рассмотрены лексика и стилистические особенности текстов модной тематики, раскрывая механизмы создания и закрепления гендерных стереотипов, таких как традиционная женственность и маскулинность. Особое внимание уделено средствам выразительности и образности, которые помогают медиа позиционировать определенные гендерные роли или, напротив, бросают им вызов, демонстрируя альтернативные модели поведения и внешности. Через исследование показано, что медиадискурс моды не просто отражает существующие в обществе гендерные представления, но и активно участвует в их формировании и распространении. Языковые средства оказываются мощным инструментом, способным как усиливать стереотипные представления о гендере, так и разрушать их, предлагая аудитории новые, более гибкие и многообразные интерпретации маскулинности и женственности.

Ключевые слова: медиадискурс моды, гендерные образы, языковые средства создания образов, метафоры, лексика моды, мужские образы, женские образы

Linguistic methods of constructing gender images in contemporary Russian fashion media discourse

Yin Xinting^(*)

5308957675@qq.com

Pushkin State Russian Language Institute, Moscow, Russia

Abstract. The article provides an in-depth analysis of the linguistic means employed to construct male and female images within Russian fashion media discourse. The author examines lexical choices and stylistic features of fashion-related texts, uncovering mechanisms through which gender stereotypes — such as traditional femininity and masculinity — are created and reinforced. Particular attention is given to expressive and figurative language devices, which media utilize either to reinforce specific gender roles or, conversely, to challenge them by presenting alternative behavioral patterns and appearances. The study demonstrates that fashion media discourse not only reflects existing societal perceptions of gender but actively participates in their formation and dissemination. Language emerges as a powerful tool capable of both strengthening gender stereotypes and dismantling them, offering audiences new, more flexible, and diverse interpretations of masculinity and femininity.

Keywords: fashion media discourse, gender images, linguistic means of creating images, metaphors, fashion vocabulary, masculine images, feminine images

Введение. Современная мода стала «одним из наиболее важных явлений западной цивилизации. Постепенно она подчинила себе многие сферы современной жизни и в значительной степени стала нашей второй натурой» [1]. Одним из определений моды может выступить следующее: мода представляет собой одну из «массовых форм коммуникации» [2], которая меняет ценностные установки общества, влияет на развитие и поведение людей в социуме. Медиадискурс моды не только отражает или символизирует социальные гендерные различия, но и активно участвует в их конструировании [3].

Цель работы — изучение языковых средств формирования женских и мужских образов в современном российском медиадискурсе моды.

Материалы и методы. В качестве материала исследования использованы тексты с российских модных сайтов (указаны в списке источников). Проанализировано 60 статей, 30 из которых посвящены мужской моде, и 30 — женской¹.

Методами исследования стали теоретический анализ литературы, метод сплошной выборки, описательно-аналитический метод, лексико-семантический анализ.

Результаты. Язык выступает не только зеркальным отражением гендерной культуры, но и динамическим полем власти, где осуществляется переговорный процесс [4]. С точки зрения лингвистики, медиадискурс моды создает социальные значения через символы, метафоры и семантические поля, отражая ценности и социальную стратификацию, а также формируя эстетические идеалы и идентичности с помощью лексики, грамматических структур и изобразительно-выразительных средств.

Обсуждение полученных результатов. Эмоционально-оценочная лексика признается одной из лингвостилистических особенностей русского дискурса моды [5]. Рассмотрим далее языковые способы конструирования современных гендерных образов в текстах российской медиадискурса моды.

Традиционно женщины воспринимаются как эмоциональные, чувствительные и изменчивые существа, подчеркиваются такие характеристики, как женственность, элегантность и нежность: *«сексуальное, женственное, нежное, утонченное — атласное платье-комбинация в бельевого стиле покорило девушек по всему миру. Именно его надевают знаменитости на красные ковровые дорожки, подчеркивая ноги головокружительными разрезами, а ключицы — тонкими бретелями»*. Для создания образа используются эпитеты («сексуальное», «женственное», «нежное», «утонченное») и конструкции, акцентирующие внимание на частях тела, например, «подчеркивая ноги разрезами» и «ключицы — бретелями».

В следующем примере видим лексику, позволяющую визуализировать женский силуэт подчеркивая элегантность и стройность: *«для более элегантных образов выбирайте высокий классический вариант, плотно облегающий шею, он не только хорошо согреет, но и визуально вытянет силуэт»*.

¹ Использованы материалы с сайтов: <https://www.marieclaire.ru>, <https://www.thesymbol.ru>; <https://www.mentoday.ru>; <https://intrends.ru>, <https://men-mag.com>

Вместе с тем нам также диктуют другой формат женского поведения, который передается через модный образ: *«черный цвет — если же этот оттенок с вами уже давно, тогда можно смело утверждать, что вы сильная, властная и яркая девушка, которой не нужны дополнительные краски»*. Здесь черный цвет ассоциируется с образом «сильной, властной и яркой девушки». Отсутствие необходимости в «дополнительных красках» символизирует самодостаточность и уверенность. Лексические акценты на таких качествах, как «сила» и «власть», указывают на отказ от традиционного восприятия женщины как второстепенной фигуры.

Следующий пример противопоставляет образ *clean girl* традиционным стандартам, акцентируя внимание на осознанности, дисциплине и любви к дорогим вещам, формируя образ женщины, использующей моду как инструмент самовыражения и статуса: *«...на современный манер мы бы назвали таких девушек clean girl: они всегда безупречно выглядят, рано просыпаются, медитируют, занимаются фитнесом или пилатесом, правильно питаются и ухаживают за собой. Еще они любят все самое дорогое — впрочем, это и есть то, ради чего они работают»*. Здесь образ жизни возводится в абсолют, а женщина принимает его как часть своего «я».

Таким образом, в современном российском медиадискурсе моды женщина предстает как многогранная личность: сочетающая женственность и элегантность с независимостью и силой. Она, отказываясь от стереотипов, использует моду для самовыражения и создания дорогостоящего образа.

Далее обратимся к языковым способам формирования мужских образов.

Стереотип в российском социуме диктует мужчине необходимость подчеркивать свою силу, уверенность и статус. Это видно в текстах модных СМИ: *«а еще этот властный стиль может придать уверенности в себе или даже пустить пыль в глаза»*. Здесь выражение «властный стиль» с глаголами «придать уверенности» подчеркивает влияние одежды на уверенность мужчины и создание впечатляющего образа.

Интересны метафоры, транслирующие власть, характер и силу, ценящиеся у мужчин: *«в эстетической грамматике мужского гардероба есть король гардероба — пальто, а есть верховный командующий — мужское длинное пальто»*. Метафоры «король гардероба» и «верховный командующий» создают ассоциации с властью и статусом, придавая мужскому пальто символику лидерства и силы.

В то же время, как и в случае с женскими образами, мужчинам предлагается выходить за рамки традиционных стереотипов, проявляя индивидуальность через эксперименты с цветами и стилем: *«в новом весенне-летнем сезоне 2023 года дизайнеры модных домов настойчиво предлагают мужчинам обратить внимание на яркие жизнерадостные цвета и принты, некоторые из которых еще не так давно считались атрибутом лишь женского гардероба»*. С помощью фраз «яркие жизнерадостные цвета» и «женский гардероб» формируется образ мужчины, готового к экспериментам и свободного от гендерных предрассудков.

В современном российском медиадискурсе моды мужской образ выходит за рамки традиционных стереотипов: мужчина сочетает яркие цвета и креативные элементы, демонстрируя свободу, уверенность, лидерские качества и образ идеального партнера.

Заключение. Анализируя гендерные образы, транслирующиеся в модных текстах, приходим к выводу, что современный российский медиадискурс моды отражает изменения в общественном восприятии, уходя от патриархальных моделей. Женщина, гармонично сочетающая силу и мягкость, уверенность и успех, демонстрирует новые социальные роли. Мужчина, наряду с традиционной ролью сильного и властного, может обладать мягкостью, что разрушает привычные патриархальные установки.

Список источников

- [1] Свендсен Л. *Философия моды*. Москва, Прогресс-Традиция, 2007, с. 5–8.
- [2] Гофман А.Б. *Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения*. Москва, Наука, 2004.
- [3] Гапутина В.А. *Медиадискурс моды: процессы, феномены, эффекты*. Москва, РИОР, 2021.
- [4] 廖益清. 评判与鉴赏构建社会性别身份[J]. 外语学刊, 2008, vol. 6, pp. 7175. [Ляо Ицин. Суждение и оценка формируют социальную гендерную идентичность. Журнал иностранных языков]
- [5] Бублик Е.В., Гончарова Л.М. Речевые тактики как элементы продвижения в текстах fashion-индустрии. *Всерос. конф. с междунар. участ. «Философия и культура народа сквозь призму языка»: сб. матер.* Нальчик, Кабардино-Балкарский гос. университет им. Х.М. Бербекова, 2024, с. 36–42.