

UDC 80

RHETORICAL ETHOS OF MASCULINE GENDER IDEAL IN MEN'S GLOSSY MAGAZINES DISCOURSE

Oleg V. Skulkin

Sochi State University for Tourism and Recreation
Sovetskaya street 26a, Sochi city, Krasnodar Krai, 354000, Russia
PhD student
E-mail: skulkin@inbox.ru

The article deals with masculine gender ideal ethos aspect as linguo-rhetorical construct in men's glossy magazines discourse.

Keywords: rhetorical ethos, masculine gender ideal, men's glossy magazines discourse, linguo-rhetorical paradigm.

Риторический этос как нравственно-этическое начало речи является заглавным компонентом первой из трех групп лингвориторических (ЛР) параметров как исследовательской призмы для любого типа дискурса: этосно-мотивационно-диспозитивных, логосно-тезаурусно-инвентивных и пафосно-вербально-элокутивных [1].

Согласно проанализированной нами выборке, в которую входят такие гляцевые издания для мужчин, как «Медведь», «GQ», «Maxim» и «Men's Health» за 2009–2010 гг. (общий объем более 9000 стр.) этосный аспект маскулинного гендер-идеала в «мужском глянце» представлен, во-первых, таким качеством, как храбрость, о чем свидетельствует журнал «Men's Health»: *«Ты сам знаешь, кто сыграет в хоккей, а кто нет. Если решил перейти их числа трусов в разряд настоящих мужчин, вот наши советы»* (Men's Health, январь 2010, с. 52). Журнал(ист) не только говорит о присущей настоящему мужчине храбрости, но и пропагандирует спортивный образ жизни и наставляет на путь истинный. Журнал «Медведь» также считает храбрость необходимым для настоящего мужчины качеством, приводя при этом в пример модель поведения известных и успешных личностей: *«Емельяненко с Ван Даммом, как настоящие мужчины, приняли удар на себя»* (Медведь, июнь 2010, с. 117). Журнал «GQ», учитывая мнение представительниц женского пола, также отмечает, что храбрость для современного мужчины является самым главным и основным качеством: *«В глазах женщины мужчину делает мужчиной единственное качество – умение не обесражаться. Не струсить. Не покориться. Не приспустить услужливо штаны. Остальное: размер члена, детородная функция и даже «наше все» – бабки – факультативно»* (GQ июнь 2010, с. 75).

В разряд необходимых настоящему мужчине качеств журнал «Men's Health» включает также мужскую солидарность: *«Чувство мужской солидарности – лишний повод порадоваться, что ты родился не в куклы играть»* (Men's Health, январь 2010, с. 58); *«С утра мы массово укоряли молодого коллегу за то, что он кастрировал кота, наплевав на мужскую солидарность»* (Men's Health октябрь 2010, с. 27); *«Мы откровенно говорили на самые разные темы – победы над собой, дружба, честность, мужская солидарность»* (Men's Health апрель 2010, с. 64). Подчеркивается, что солидарность именно мужская черта и что она очень важна, кроме того, пример также иллюстрирует, что честность и дружба также являются не менее важными качествами современного мужчины. Мнение о

мужской солидарности разделяет и самый читаемый в России мужской журнал «МАХИМ»: «Как мужчина, я вас понимаю очень хорошо. **Солидарность наша мужская** целиком на вашей стороне» (МАХИМ март 2010, с. 34). Наряду с мужской солидарностью истинно мужским качеством, согласно журналу «Men's Health», является взаимовыручка: «**Взаимовыручка** – то, что у нормальных **мужиков на уровне инстинкта**. Малоознакомого шуткатура Колю жена выгнала из дома? Коля может пожить у тебя в ванне» (Men's Health сентябрь 2010, с. 55). В данном примере журнал(ист) подчеркивает, что данное качество не просто важно, а присутствует у мужчины «на уровне инстинкта».

Кроме того, глянцевого издания подчеркивают, что умение держать свое слово является основополагающим качеством для настоящего мужчины, так как именно благодаря нему он сможет стать личностью: «**Мужчина должен уметь держать свое слово**, тогда он личность» (МАХИМ февраль 2010, с. 26). Кроме того, в ранг необходимых мужчине качеств данное глянцевого издание для мужчин возводит чувство юмора: «Ни для кого не секрет, что **самое главное в мужчине – чувство юмора!**» (МАХИМ февраль 2010, с. 63).

Также глянцевые журналы, в том числе и журнал «МАХИМ», не оставляют без внимания и традиционные мужские качества, формирующие этосный аспект гендер-идеала данного типа, такие, как, например, патриотизм: «С другой стороны, а что будет, если все толковые ребята возьмут и свалят? Тогда точно у нас никогда хорошо не станет. Как-то **не по-мужски** – взять и **бросить родину в беде**» (МАХИМ август 2010, с. 11). Еще одним традиционным качеством, диктуемым глянцевыми журналами является желание завести семью и детей: «В жизни нет никакого смысла, но в детях легче всего найти его заменитель. **Мужчина без детей неполноценен**» (МАХИМ июль 2010, с. 53).

Уверенность в себе, по мнению авторов журнала «МАХИМ», также является немаловажным качеством для современного мужчины, ведь именно данное качество позволяет ему добиваться желаемого успеха: «**Уверенность в себе – главное качество для мужчины** (после трехметрового роста и записи «космонавт» в трудовой книжке)» (МАХИМ август 2010, с. 119).

Ответственность также играет важную роль в образе настоящего мужчины, что также подчеркивается в журнале «МАХИМ»: «**Быть мужчиной – это нести ответственность**» (МАХИМ октябрь 2010, с. 85).

Целеустремленность также является частью образа современного успешного мужчины, конструируемого мужскими глянцевыми изданиями: «Нормальный **мужик** похож на велосипед – если он остановится, то завалится на бок, и все. Нам нужно двигаться вперед. А лучше вперед и вверх. **Ставить себе цели и достигать их**. Неважно, в общем, что за цель – заработать миллиард или пересечь Байкал на снегоходе летом» (Men's Health октябрь 2010, с. 23).

Последним по списку, но не по значимости является такое качество, как самолюбие, которое, согласно глянцевым изданиям, весьма характерно для современных успешных мужчин: «Задавать вопросы из серии «И как часто ты с ним?» тоже не рекомендуется. Во-первых, что бы девушка ни ответила, она все равно рискует задеть твоё **мужское самолюбие** (а мы таких ситуаций стараемся избегать)» (Men's Health, март 2010, с. 134). В данном примере подчеркивается, что данное качество является не просто свойственным, но и очень важным для мужчины, представляя своего рода «ахиллесову пяту».

С позиций риторического этоса маскулинный анти-идеал, согласно журналу «GQ», представлен в образе современного мужчины упрямством, гордыней, трусостью, бахвальством и «дурью» – так называемым «мужским стереотипом поведения»: «Мне не нравится сдавать анализ, мне не нравится всю неделю

гадать, не останется ли моя дочь сиротой. Мне вообще не нравится думать на эту тему. И именно так ведут себя **все мужчины**. Это то, что называется **«мужским стереотипом поведения»** со всем его **упрямством, гордыней, трусостью, бахвальством и дурью»** (GQ, январь 2010, с. 66). Данный стереотип поведения, согласно авторам, свойственен абсолютно всем мужчинам и нередко доставляет последним немало неудобств.

Кроме того, одним из негативных качеств, свойственных современному успешному мужчине, согласно журналу «Men's Health», является прямолинейность: **«С одной стороны, по-мужски было бы все высказать прямо в глаза. Но, как показало исследование, опубликованное в журнале "Вопросы экспериментальной социальной психологии", публичные обвинения в коллективе очень быстро становятся нормой – стоит только начать»** (Men's Health, июнь 2010, с. 74). Журнал(ист) не только указывает на наличие данного качества у мужчин, но и указывает на его бесполезность, ссылаясь на авторитетный источник, чем и пытается его искоренить.

В конструируемом дискурсом глянцевого журналов маскулинном гендер-идеале присутствует такое качество, как желание иметь семью и детей, однако и активно пропагандируется такое качество «настоящего мужчины», как успех у женщин, дающий возможность менять девушек, воспринимаемых как сексуальные объекты, поиграть в Казанову: **«Неудивительно. Ты и еще две (а то и больше) девушек – это ли не мечта любого нормального мужчины?»** (MAXIM, апрель 2010, с. 21); **«Но мы точно знаем, что в жизни каждого мужчины могут быть как минимум восемь представительниц слабого пола, которым 8-го Марта стоит подарить что-то еще, кроме обязательных в этот день цветов»** (Men's Health, март 2010, с. 121). Данные примеры показывают, что для идеального «глянцевого» мужчины наличие одной спутницы не является достаточным. Здесь важно отметить, что данное качество журнал(ист) приписывает мужчинам молодым, которые пока не встретили свою «половинку», не готовы к полноценным отношениям. Что касается мужчин взрослых, состоявшихся, то здесь изданиями постулируется традиционное поведение, предполагающее выбор одной спутницы жизни для последующего создания семьи.

Таким образом, согласно проанализированной нами выборке, этосный аспект маскулинного гендер-идеала, конструируемого языковой личностью «глянцевого» журналиста, представлен такими качествами «настоящего мужчины», как **храбрость, честность, взаимовыручка, мужская солидарность, умение держать слово, чувство юмора, патриотизм, желание иметь семью и детей, уверенность в себе, умение нести ответственность, целеустремленность, мужское самолюбие, успех у женщин**. Анти-идеал представлен неким отрицательно коннотируемым «мужским стереотипом поведения», от которого реципиенту предлагается отказаться в ходе самопроектирования своей личности. Маскулинный анти-идеал, согласно эмпирическому материалу глянцевого дискурса для мужчин, характеризуют такие личностные качества, как **упрямство, гордыня, трусость, бахвальство и «дурь», излишняя прямолинейность**.

Примечания:

1. Vorozhbitova A.A. Lingual rhetoric paradigm as integrative research prism in philological science // European researcher. 2010. № 2. P. 183–190; Skulkin O.V. Theoretico-metodological basis of gender researches in modern linguistics. Gender ideal: lingual rhetoric approach // European researcher. 2010. № 2. P. 203–206.

2. Ломинадзе С. Социально-философские аспекты PR-деятельности // Научный журнал Власть и общество (история, теория, практика). 2008. № 1. С. 99–108.

УДК 80

РИТОРИЧЕСКИЙ ЭТОС МАСКУЛИННОГО ГЕНДЕР-ИДЕАЛА В ДИСКУРСЕ МУЖСКИХ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ

Олег Владимирович Скулкин

Сочинский государственный университет туризма и курортного дела
354000, Россия, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а
Аспирант
E-mail: skulkin@inbox.ru

В статье рассматривается этосный аспект маскулинного гендер-идеала как лингвориторического конструкта в дискурсе мужских глянцевого журналов.

Ключевые слова: риторический этос, маскулинный гендер-идеал, дискурс мужских глянцевого журналов, лингвориторическая парадигма.