

ОЦЕНКА ВНЕШНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ
СОЗДАНИЯ ОБРАЗА ПОЛИТИКА-ЖЕНЩИНЫ
В СОВРЕМЕННОЙ АМЕРИКАНСКОЙ ПРЕССЕ**Е.С. Пешехонова**

Аннотация. Медийный образ политика основывается на фактах, подвергающихся отбору и оценке в целях манипуляции общественным мнением. В центре внимания оказываются как профессиональные и личностные качества политика, так и внешние характеристики; при этом обсуждение внешности наиболее часто в статьях, посвященных политикам-женщинам, что связано со стойкими представлениями о распределении гендерных ролей, требующих от женщины быть привлекательной. СМИ оценивают внешний вид как приемлемый или неприемлемый, давая имплицитную оценку профессиональных качеств политика и влияя на мнение электората, что делает подобные публикации весьма актуальными для изучения. В настоящем исследовании анализируются статьи, в период с 2014 по 2020 год, рассматривающие прическу политика-женщины в контексте ее профессиональной деятельности. Современные американские политики-женщины демонстрируют стремление к сохранению гендерной идентичности и права на заботу о своей внешности, что вызывает негативные отклики в СМИ, поддерживающих консервативность массового общественного сознания, которое не способно воспринимать женщину только как политика, акцентируя такие аспекты внешности, как цвет волос и стрижка и расходы на нее, связывая эти факты с политическими убеждениями и моральными ценностями общественного деятеля и используя эти факты для деформации положительного образа политика. Таким образом политик-женщина теряет поддержку электората с низким уровнем дохода, а также лишается доверия в компетентности со стороны избирателей, сомнеющихся в ее умении контролировать свои личные расходы. При описании прически используются финансовые и военные метафоры, что отражает значительную степень конфликтности в современном обществе.

Ключевые слова: СМИ, медийный образ политика, манипуляция общественным мнением, финансовая метафора, военная метафора.

Для цитирования: Пешехонова Е.С. Оценка внешности как инструмент создания образа политика-женщины в современной американской прессе // Преподаватель XXI век. 2021. № 1. Часть 2. С. 326–333. DOI: 10.31862/2073-9613-2021-1-326-333

© Пешехонова Е.С., 2021



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

APPEARANCE ASSESSMENT AS A TOOL FOR CREATING A CERTAIN IMAGE OF A FEMALE POLITICIAN IN MODERN AMERICAN PRESS

E.S. Peshekhonova

Abstract. *The media image of a politician is based on facts that are subjected to selection and evaluation in order to manipulate public opinion. The focus of attention is on the professional and personal qualities of a politician, as well as on his external characteristics; at the same time, the discussion about the appearance is most frequent in the articles about women politicians, which is connected to the persistent notions about the distribution of gender roles, which require a woman to be attractive. The media evaluates the appearance as acceptable or unacceptable, giving an implicit evaluation of the politician's professional qualities and influencing the opinion of the electorate, which makes such publications very relevant for the study. This study analyzes articles from 2014 to 2020 that examine a female politician's hairstyle in the context of her professional activities. Contemporary American female politicians demonstrate a desire to preserve their gender identity and the right to care about their appearance, which causes negative responses in the media, supporting the conservatism of the mass public consciousness, which is unable to perceive a woman only as a politician, emphasizing such aspects of appearance as hair color and haircut and expenses on it, connecting these facts with political beliefs and moral values of a public figure and using these facts to deform the positive image of a politician. In this way, the female politician loses the support of the low-income electorate and also loses credibility in competence from voters who doubt her ability to control her personal spending. Financial and military metaphors are used in describing hairstyles, reflecting a significant degree of conflict in modern society.*

Keywords: *media, media image of a politician, manipulation of public opinion, financial metaphor, military metaphor.*

Cite as: Peshekhonova E.S. Appearance Assessment as a Tool for Creating a Certain Image of a Female Politician in Modern American Press. *Prepodavatel XXI vek*. Russian Journal of Education, 2021, No. 1, part 2, pp. 326–333. DOI: 10.31862/2073-9613-2021-1-326-333

327

В настоящее время в политической системе США немало успешных женщин-политиков, среди которых Х. Клинтон, А. Окасио-Кортес, Н. Пелоси, Э. Уоррен, К. Харрис и другие, чья политическая деятельность, как, впрочем, и все аспекты их жизни, становится предметом активного обсуждения в средствах массовой информации (далее — СМИ), что вызывает интерес современной лингвистики к особенностям

создания медийного образа женщины-политика, в частности, в электронных версиях американских печатных изданий и информационных сайтах.

Медийный образ политика основывается на документальных фактах, которые подвергаются отбору и адаптации в целях манипуляции общественным мнением и создания образа, соответствующего идеологическим позициям печатного издания или заказчика

публикации. В центре внимания оказываются не только профессиональные и личностные качества политика, но и такие внешние характеристики, как возраст, семейное положение, внешность, голос; при этом обсуждение внешности политика в контексте его/ее деятельности, сопоставление внешних характеристик и профессиональных качеств наиболее частотно в статьях, посвященных политикам-женщинам.

Нельзя не отметить, что в современной прессе наблюдается тенденция к уменьшению числа гендерно-маркированных публикаций, однако несогласие с деятельностью мужчины-политика, как правило, сопровождается преимущественно обсуждением их высказываний, женщин — как высказываний, так и внешности. Повышенный интерес и критическая оценка внешности женщины-политика связаны, вероятно, со стойкими представлениями о распределении гендерных ролей, которые требуют от женщины быть внешне привлекательной. СМИ неустанно отслеживают особенности внешнего вида женщин-политиков, оценивая его как приемлемый или неприемлемый для политического деятеля, и, соответственно, давая имплицитную оценку их профессиональных качеств и тем самым влияя на мнение их потенциальных избирателей.

Именно по этой причине большинство высокопоставленных женщин-политиков, начавших свою карьеру в конце XX века, придерживаются мужских стереотипов поведения, что отражается на выборе женского политического костюма и особенностях прически: наряду с таким общеизвестным понятием, как *power dressing*, существует и менее известное — *power hair*, которое предполагает короткие волосы и сдержанную

прическу, не вызывающую никаких эмоций со стороны избирателей. Вместе с тем, большая часть женщин-политиков США придерживается более свободного, женственного стиля, нежели их европейские коллеги. Молодое поколение женщин-политиков не склонно скрывать свою женскую идентичность, отстаивая свое право на заботу о своей внешности и настаивая на том, что их внешний вид не связан с их профессиональными качествами. Подобный менее консервативный подход к созданию образа способствует появлению значительного количества публикаций, в которых политик оценивается не с позиций своих действий, а с позиции внешности. Одним из наиболее обсуждаемых аспектов внешности женщины-политика в американской прессе стала прическа, что отмечают и сами политики. Так, в 2014 г. Х. Клинтон заметила, что ее книга “*Hard Choices*” могла бы называться “*The Scrunchie Chronicles: 112 countries and it is still all about my hair*” [1].

В данной статье обсуждаются публикации, рассматривающие прическу политика в контексте ее профессиональной деятельности. Отметим, что гендерно-маркированные публикации в настоящее время являются предметом многочисленных лингвистических исследований, которые изучают манипулятивное воздействие описания и оценки внешности, личности и профессиональной деятельности политиков-женщин на их потенциальных избирателей, однако представляется, что работ, посвященных вышеуказанному аспекту внешности, а именно прическе, как средству формирования образа политика в СМИ, на данный момент не имеется. Материалом исследования послужили пятнадцать статей в период

с 2014 по 2020 год, размещенных на современных электронных версиях американских печатных изданий и информационных сайтах.

Цель настоящей статьи — проанализировать причины появления и возможное влияние на политическую карьеру гендерно-маркированных публикаций, расценивающих прическу политика-женщины как отражение ее личностных и профессиональных качеств.

Внешний вид Х. Клинтон долгое время был предметом неизменной критики со стороны печатных СМИ: “During the four years I served as Secretary of State I was on the airplane for so many days”, she says in a promotional video. “I didn’t have time to worry about my hair so I let it grow and I pulled it back. Oh my goodness, I got so many comments about that” [там же]. Уже в 1995 году она заметила: “If I want to knock a story off the front page, I just change my hairstyle” [2]. В статье “Hilary’s Hair: She’s on the Joke” подчеркивается, как искусно Х. Клинтон обыгрывает обсуждение своей прически в СМИ, сделав ее предметом тонкой иронии и политического парирования: “With a single comment on her hair color, she deftly addressed one of the most delicate questions confronting her campaign” [2]. Речь шла о возрасте госпожи Клинтон, которая отразила нападки критиков так: “Now I may not be the youngest candidate in the race,” Clinton continued <...>. “But I have one big advantage: I’ve been coloring my hair for years.” Clinton smiled cheekily and the crowd erupted in laughs and cheers. “Nooooooooo,” she said, shaking her finger and smiling. “You’re not going to see me turning white in the White House” [там же]. Самоирония как способ общения с СМИ характерен не только для

Х. Клинтон. Так, Кристин Квин “referred to her signature red hair as ‘the color of my hair which God never created’ and admitted in an interview with New York magazine that because of a need to maintain her roots she spent “more on hair than the average New Yorker” [там же].

Вместе с тем, большая часть политиков-женщин говорит о дискомфорте, не превращая вопрос внешности в повод для шутки: “We are totally judged by our appearances,” said Melissa Mark-Viverito, <...> who serves as speaker of the New York City Council. “These are things that come to mind when you’re getting up and getting dressed — I am going to be criticized” [там же].

Заметим также, насколько полярны СМИ в оценке седины у мужчин и женщин: если для политика-мужчины седина является положительно воспринимаемым атрибутом, который свидетельствует о жизненном опыте, мудрости, компетенции политика, то для женщины седина вообще не допустима: “Clinton, like most female politicians, knows that showing a little fade at the temples could be a death knell for her candidacy. On the other hand, for a man, a little white makes him a more serious contender” [3].

Можно было бы предположить, что все журналисты-женщины, как и авторы цитируемых выше статей, стоят на позиции, высказанной К. Халлеманн: “superficial looks-based critiques (of any gender) have no place in the modern political dialogue” [4] и не рассматривают заботу женщины о своей внешности как повод для острой критики. Однако в нашей подборке именно журналисты-женщины стали авторами наиболее нелицеприятных статей по данному поводу, например, Алекс Свойер в статье “EXCLUSIVE: Self-declared socialist

AOC splurges on high-dollar hairdo” имплицитно ставит под вопрос политические принципы политика А. Окасио-Кортес, потратившей около 300 долларов на уход за волосами: “Rep. Alexandria Ocasio-Cortez has allowed life in Washington to go to her head — literally” [5]. Журналист упоминает парикмахерскую при Сенате, где, по ее утверждению, политики-мужчины делают стрижки за 20 долларов.

Эта короткая публикация вызвала огромный общественный резонанс: комментарии в социальных сетях и многочисленные статьи в поддержку А. Окасио-Кортес; [6–9] в нашей подборке, составленной методом случайной выборки, все эти статьи также написаны женщинами. Рассмотрим основные позиции, обсуждаемые в данных статьях. Поскольку в «Вашингтон Таймс» критикуются чрезмерно высокие расходы Окасио-Кортес, стоимость данных услуг в вышеуказанных статьях оценивается как стандартная; при этом в ряде статей поднимается вопрос о гендерном неравенстве: “women <...> are often charged more in salons” [6], “haircuts for women cost more than those for men <...> it’s called the “pink-tax” [9].

Интересно, что единица tax встречается и в других статьях на данную тему, метафорически: “Women in power have to pay a ‘female tax’ that their male counterparts do not” [8]. Вообще, метафорическое использование финансовых терминов нередко в статьях, посвященных внешности женщин-политиков, например: “Alexandria Ocasio-Cortez and the Political Cost of Hair” [10], “For female politicians, investing in your appearance is a double-edged sword” [11]. В последнем примере метафорическое использование финансовой

терминологии сосуществует с образным, метафорическим, использованием военной терминологии, что также характерно при описании политической сферы деятельности человека, но менее ожидаемо при описании внешности. Тем не менее, авторы акцентируют, что внешность и, в частности, прическу можно использовать как оружие: “All of which suggests that, whether we like it or not, when it comes to politics (as when it comes to a lot of life), a trim is rarely just a trim. It’s a weapon, and a tool. If we don’t admit that and wield it ourselves — with humor, ideally — then someone else will” [10].

Наряду с метафорами, описание прически также сопровождается достаточно неожиданными эпитетами: “her famous and ever-changing hair” [2].

В рассмотренных нами статьях немало примеров языкового юмора, языковой игры: “Hair has once again caused a political tempest in a blow dryer”, “Hair is, it seems, a particularly — well, tangled, subject”, “Mr Clinton is probably the most famous hair lightning rod” [10].

Пожалуй, одним из самых интересных языковых образований с лексической единицей hair является Hairgate (“One of President Clinton’s trims received the moniker “Hairgate” when rumors swirled that commercial flights were delayed because of a cut aboard Air Force One” [4]), которая появилась в связи с вызвавшей скандал стрижкой президента Клинтона, но продолжает активно употребляться и в статьях о политиках-женщинах. Необходимо заметить, что мужчины также подвергаются критике в отношении прически, но это касается, в основном, расходов на нее.

Авторы пытаются понять причины такого пристального внимания СМИ к

внешности и, в частности, к причёске политиков-женщин. Среди них выделяются следующие: 1) представить политика в негативном свете для электората с низким уровнем дохода (“Criticizing politicians’ appearance-related spending, including the cost of their haircuts, is a popular way for people to make their political opponents appear elitist” [7]); 2) сделать акцент на непригодности женщины для роли политика, поскольку она представляется транжирой, не умеющей контролировать даже свои собственные доходы (“Criticizing the appearance of a female politician like Ocasio-Cortez plays off stereotypes about women as fiscally irresponsible and implies that she can’t be trusted with big decisions because she can’t even spend the “right” amount of money on a haircut, Engeln said” [там же]).

Подводя итоги нашего исследования, отметим, что молодое поколение американских женщин-политиков демонстрирует стремление к сохранению своей гендерной идентичности и права на заботу о своей внешности, что вызывает негативные отклики в СМИ,

провоцирующие затем дискуссии о сексизме и разнице в расходах на поддержание достойного внешнего вида женщин и мужчин. Умение политика извлекать политическую выгоду из обсуждений своей внешности рассматривается как доказательство политической компетенции. При этом ряд публикаций отмечает, что причёска является равноценно обсуждаемым аспектом внешности и женщин, и мужчин-политиков.

Современные американские СМИ поддерживают консервативность массового общественного сознания, которое не способно воспринимать женщину только как политика, акцентируя такие аспекты внешности женщины-политика, как стрижка и цвет волос, связывая эти факты с политическими убеждениями и моральными ценностями общественного деятеля и используя эти факты для деформации положительного образа политика.

При описании причёски политиков-женщин используются финансовые и военные метафоры, что акцентирует значительную степень конфликтности в современном обществе.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Marsh, L.* Judging from the Cover Photo on her Book “Hard Choices”, Hillary Clinton is Getting into Presidential Mode. URL: <https://www.nydailynews.com/life-style/hillary-clinton-book-cover-shows-candidate-ready-run-article-1.1816703> (дата обращения: 05.11.2020).
2. *Karni, An.* Hillary's hair: She's in on the Joke. URL: <https://www.politico.com/story/2015/05/hillary-clinton-hair-118381>
3. *Robin, Marty.* Things Women in Politics Could Never Get Away With (but Men Can). URL: <https://www.yahoo.com/lifestyle/7-things-women-politics-could-143958514.html> (дата обращения: 26.11.2020).
4. *Halleman, C.* Is Hair the One Thing on Which Male and Female Politicians Are on Equal Footing? URL: <https://www.townandcountrymag.com/style/mens-fashion/news/a6961/politician-hair/> (дата обращения: 11.11.2020).
5. *Swoyer Al.* Exclusive: Self-declared socialist AOC Splurges on High-dollar Hairdo. URL: <https://www.washingtontimes.com/news/2019/oct/9/alexandria-ocasio-cortez-spends-300-hairdo-last-ta/> (дата обращения: 11.11.2020).

6. *Robin, Marci*. Alexandria Ocasio-Cortez Paid \$300 for a Haircut and Highlights Because That's What a Haircut and Highlights Fucking Cost. URL: <https://www.yahoo.com/lifestyle/alexandria-ocasio-cortez-paid-300-191750146.html> (дата обращения 12.11.2020).
7. *Iati, M*. The Backlash over Alexandria Ocasio-Cortez's Haircut Shows Women Can't Win When it Comes to Their Appearance, Experts Say. URL: <https://www.boston.com/news/politics/2019/10/11/aoc-haircutBy> (дата обращения: 12.11.2020).
8. *Rodin, Zebrak J*. The Real Scandal Behind AOC's Haircut. URL: <https://washingtonmonthly.com/2019/10/11/the-real-scandal-behind-aocs-haircut/nrkbeta/Flickr> (дата обращения: 12.11.2020).
9. *Weiss-Wolf J*. To All Men Enraged by AOC's Expensive Haircut: Yes, This Is How the U.S. Economy Bleeds Women Dry. URL: Opinion <https://www.newsweek.com/all-men-enraged-aocs-expensive-haircut-yes-this-how-us-economy-bleeds-women-dry-opinion-1464703> (дата обращения: 12.11.2020).
10. *Friedman, V*. Alexandria Ocasio-Cortez and the Political Cost of Hair. URL: <https://www.nytimes.com/2019/10/11/style/alexandria-ocasio-cortez-hair-cost.html?searchResultPosition=9> (дата обращения: 12.11.2020).
11. *Krause, R*. This is How Much Male Politicians Actually Spend on Hair & Makeup (Hint: It's a Lot). URL: <https://www.refinery29.com/en-us/2017/08/169720/male-politicians-hair-makeup-cost> (дата обращения: 12.11.2020).

REFERENCES

1. Marsh L. *Judging from the Cover Photo on her Book "Hard Choices", Hillary Clinton is Getting into Presidential Mode*. Available at: <https://www.nydailynews.com/life-style/hillary-clinton-book-cover-shows-candidate-ready-run-article-1.1816703> (accessed: 05.11.2020).
2. Karni An. Hillary's hair: She's in on the joke. URL: <https://www.politico.com/story/2015/05/hillary-clinton-hair-118381>
3. Robin Marty. *Things Women in Politics Could Never Get Away With (but Men Can)*. Available at: <https://www.yahoo.com/lifestyle/7-things-women-politics-could-143958514.html> (accessed: 26.11.2020).
4. Hallemann C. *Is Hair the One Thing On Which Male and Female Politicians Are On Equal Footing?* Available at: <https://www.townandcountrymag.com/style/mens-fashion/news/a6961/politician-hair/> (accessed: 11.11.2020).
5. Swoyer Al. *Exclusive: Self-Declared Socialist AOC Splurges on High-dollar Hairdo*. Available at: <https://www.washingtontimes.com/news/2019/oct/9/alexandria-ocasio-cortez-spends-300-hairdo-last-ta/> (accessed: 11.11.2020).
6. Robin Marci. *A Alexandria Ocasio-Cortez Paid \$ 300 for a Haircut and Highlights Because That's What a Haircut and Highlights Fucking Cost*. Available at: <https://www.yahoo.com/lifestyle/alexandria-ocasio-cortez-paid-300-191750146.html> (accessed: 12.11.2020).
7. Iati M. *The Backlash over Alexandria Ocasio-Cortez's Haircut Shows Women can't Win When it Comes to Their Appearance, Experts Say*. Available at: <https://www.boston.com/news/politics/2019/10/11/aoc-haircutBy> (accessed: 12.11.2020).
8. Rodin Zebrak J. *The Real Scandal Behind AOC's Haircut*. Available at: <https://washingtonmonthly.com/2019/10/11/the-real-scandal-behind-aocs-haircut/nrkbeta/Flickr> (accessed: 12.11.2020).

9. Weiss-Wolf J. *To All Men Enraged by AOC's Expensive Haircut: Yes, This Is How the U.S. Economy Bleeds Women Dry*. Available at: Opinion <https://www.newsweek.com/all-men-enraged-aocs-expensive-haircut-yes-this-how-us-economy-bleeds-women-dry-opinion-1464703> (accessed: 12.11.2020).
10. Friedman V. *Alexandria Ocasio-Cortez and the Political Cost of Hair*. Available at: <https://www.nytimes.com/2019/10/11/style/alexandria-ocasio-cortez-hair-cost.html?searchResultPosition=9> (accessed: 12.11.2020).
11. Krause R. *This Is How Much Male Politicians Actually Spend on Hair & Makeup (Hint: It's A Lot)*. Available at: <https://www.refinery29.com/en-us/2017/08/169720/male-politicians-hair-makeup-cost> (accessed: 12.11.2020).

Пешехонова Елена Станиславовна, кандидат филологических наук, доцент, кафедра фонетики и лексики английского языка, Института иностранных языков, Московский педагогический государственный университет, el.peshohonova@yandex.ru

Elena S. Peshekhono, PhD in Philology, Associate Professor, English Phonetics and Lexis Department, Institute of Foreign Languages, Moscow Pedagogical State University, el.peshohonova@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 07.11.2020. Принята к публикации 06.12.2020

The paper was submitted 07.11.2020. Accepted for publication 06.12.2020