

<https://doi.org/10.31891/2415-7929-2022-24-4>

УДК: 81'373.7:811.111

ПРОКІНА І., КУПЧИШИНА Ю.
Хмельницький національний університет

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ ТА СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З ГЕНДЕРНИМ КОМПОНЕНТОМ (НА МАТЕРІАЛІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ СЛОВНИКІВ)

У статті описано семантичну характеристику англійськомовних фразеологічних одиниць з гендерним компонентом, а також висвітлено їх класифікацію на відповідні фразеологічні групи на позначення різних сфер людської діяльності. З'ясовано основні гендерні стереотипи в англійськомовній картині світу та їх відображення у фразеологічному корпусі. Досліджено на практиці, що образ чоловіка поважається набагато більше, ніж жінки та набуває владних, авторитетних характеристик, в той час як жінка – це слабка стать, яка залежна від свого коханого та не здатна повноцінно функціонувати у соціумі, а лише займатися домашніми справами та вихованням дітей, що чітко відображає гендерну дискримінацію.

Ключові слова: семантика, фразеологічна одиниця, гендерний компонент, стереотип, фемінінність, маскуліність.

PROKINA I., KUPCHYSHYNA Yu.
Khmelnytskyi National University

VERBALIZATION OF GENDER STEREOTYPES AND SEMANTIC PECULARITIES OF ENGLISH PHRASEOLOGIES WITH GENDER COMPONENT

The article deals with the problem of gender as a social construct and socio-cultural model of representation of the phenomena of masculinity and femininity in society as well as the notion of gender and gender stereotype. The research developed a semantic classification of gender-marked phraseology, according to which gender-marked phraseological units are most often used to denote man's occupation (58 units / 29%), his/her character (30 units / 15%), relationships (22 units / 8.5%), mental and physical abilities (18 units / 9%), social status (17 units / 8.5%) and appearance (17 units / 8.5%). It is worth noting that in all these areas there is a constant tradition of male dominance as the head of the family, leader and authority. In the English-language picture, a woman is depicted as a wonderful mother and an exemplary woman for her husband. The lexical potential of phraseological units with a gender component and its implementation in English-language culture is revealed; fragments of the English-language picture of the world verbalized by gender-marked phraseological units reflect such stereotypes as: in key aspects of a man's social life he is portrayed as powerful, courageous and strong, and all his negative traits and lustful behavior are taken for granted; at the same time, the feminine weakness of any man is strongly condemned, as are the attempts of women to gain power in the family, because according to the stereotypical views of society, a woman should be soft, weak and submissive. In most cases, a woman is portrayed as a fragile person who looks after her appearance and in some cases does not have high level of intelligence, while a man is an authoritative and important person.

Key words: semantics, phraseological unit, gender component, stereotype, femininity, masculinity.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Ідея антропоцентричності мови у сучасній лінгвістиці є ключовою. Центром наукових досліджень стає мовна особистість із її індивідуальними характеристиками, належністю до певної біологічної статі. У межах цього підходу на рубежі ХХ – ХХІ ст. серед актуальних проблем лінгвістики особливе місце займають гендерні дослідження мови. У цьому ж аспекті спостерігається вивчення фразеологічних одиниць. Фразеологія, як один із найважливіших рівнів мовної системи, найяскравіше відбиває культуру, світогляд, звичаї, побут етносу, передає особливості сприйняття того чи іншого народу, його менталітет, специфіку етнокультурних норм. Враховуючи інтерес до цього питання, актуальною є проблема вивчення специфіки фразеологічних одиниць як мовних експлікаторів гендеру.

Аналіз досліджень та публікацій

У ХХІ ст. розширилися масштаби гендерних досліджень. У літературі з цього напрямку акцентується увага на тому факті, що ще з часів античності підкреслювалася позитивність чоловічої культури та негативність жіночої. У сучасних дослідженнях представлені різні підходи до поняття «гендер» (У. Вейнріх, Р. Лакофф, М. Хартман, Д. Спендер, Н. Біла, Д. Добровольський), визначаються перспективні галузі його вивчення (Дж. С. Мілль, І. Халеева, М. Городникова, І. Ольшанський), репрезентується розуміння гендера як культурного та соціального конструкту (П. Еккерт, С. МакКоннел-Джине, М. Гаранович). Питання відображення гендера у мові та його семантичних особливостей стали предметом дослідження низки робіт вітчизняних та зарубіжних лінгвістів (Ю. Вишнякова, Д. Гамулець, І. Зикова, Н. Павленко, О. Першай, та інших).

Формулювання цілей статті

Мета дослідження полягає у виявленні та характеристиці гендерного компонента в структурі та/або семантиці фразеологічних одиниць сучасної англійської мови. Поставлена мета передбачає виконання наступних завдань: встановити критерії вибору англійськомовних фразеологізмів з гендерним компонентом та на їхній основі сформувати корпус мовного матеріалу; визначити основні гендерні стереотипи та дослідити їхнє відображення у мові; з'ясувати роль гендерного компонента в структурі фразеологічного значення; розробити семантичну класифікацію фразеологічних одиниць з гендерним компонентом.

Виклад основного матеріалу

Ілюстративний матеріал цієї статті репрезентовано 200 англійськими фразеологічними одиницями, що містять своїй у структурі та/або семантиці гендерний компонент. Маркерами, які вказують на явний спосіб вираження гендерного компонента у ФО, є іменники, займенники та власні імена, які вказують на приналежність до жіночої або чоловічої статі: *man, boy, girl, woman, lady, he, she, George, Mary*, тощо. У цьому випадку створити образ, закладений у семантику фразеологізму, досить легко, оскільки сам компонент вказує на приналежність до певного гендеру.

Услід за В. Телією зазначаємо, що фразеологічний склад мови є найбільш винятковою й самотньою в культурно-мовленнєвому відношенні частиною запасу певної мови [5, с. 13]. Питання співвідношення маскуліності та фемінінності також є частиною культурних уявлень про уклад певного суспільства, які відображаються у ФО, та котрі позначають ці риси. Розподіл за гендером завжди викликав неабиякий інтерес у науковців. Це, власне, і стало причиною виникнення гендерних досліджень. Проте їх не можна розглядати ізольовано від мови, оскільки мова слугує відображенням усіх гендерних процесів у суспільстві. Отже, слід зазначити, що гендерно марковані фразеологізми – це фразеологічні одиниці, що містять гендерно маркований компонент, який експліцитно чи імпліцитно вказує на приналежність до певної статі [3].

І. Зикова виокремлює групи ФО з гендерно маркованим планом вираження, опираючись на головний гендерно забарвлений компонент [2, с. 116]:

1) антропометричні компоненти (такі, що називають людей за ознаками статі). До цієї групи належать ФО, які безпосередньо мають в своєму складі компоненти на позначення гендеру «*man*» та «*woman*» або ж слова, зі значення яких випливає приналежність до тієї чи іншої статі, зокрема «*father, son, uncle, brother, husband ma in.*» на позначення маскуліності та «*mother, daughter, aunt, sister, wife ma in.*» на позначення фемінінності. Наприклад: *a man of the world* – бувалий чоловік; *mother country* – Батьківщина;

2) компоненти, що позначають родинні відносини: *like father like son* – який дуб, такий тин; який батько, такий син; *favorite son* – кандидат в президенти;

3) антропонімичні компоненти (власні імена): *average Joe* – простий чоловік; *nice Nelly* – скромна дівчина; *doubting Thomas* – Хома невіруючий;

4) агентивні компоненти (позначають назви професій і посад, військових звань тощо): *a man of business* – ділова людина, бізнесмен; *girl-servant* – прислуга.

У комплексі англійських фразеологічних одиниць наявна значна кількість тих, що символізують чоловіка як вірного помічника, порядну, добродушну людину, його переваги в порівнянні з жінкою, хоробрість, волевиявлення, високий інтелект: *square John* – чесна людина; *a gentleman of fortune* – удачлива людина; *clever dog* – розумний чоловік. Існує також універсальний стереотип, що гроші і влада в суспільстві також належать чоловікам: *a man of mark* – чоловік зі статком; *great lion* – мужній чоловік; *a man about town* – світський лев. В англійській фразеології жінка представлена як слабка стать, вона повинна виконувати існуючі в суспільстві стереотипні обов'язки дружини, дівчини, матері і володіє відповідними гендерними якостями: *one's good lady* – дружина; *Sister Ann* – вірний друг; *the fair sex* – жінки. В англійській культурі негативно позначається дружина, яка намагається отримати владу в сім'ї: *the gray mare* – жінка, яка тримає свого чоловіка «під каблучком»; *wear the breeches* – мати владу у будинку.

З початком ХХІ століття, жінки все більше і частіше почали відстоювати свої права та рівність з чоловіками. В результаті цього, виникло безліч нових гендерно значимих фразеологізмів, які мають переважно негативну конотацію: *gray mare* – жінка, яка має владу над своїм чоловіком; *Mr. Right* – чоловік, який виконує всі забаганки дружини. Розвиток теорії рівноправ'я між чоловіками та жінками дещо змінив їхні ролі у сім'ї та суспільстві в цілому, проте сильних та впевнених в собі чоловіків це не лякає, в той час як більш слабкі та сором'язливі представники сильної статі побоюються сильних та владних жінок поруч з собою. Такий феномен спричинив появу нових характеристик чоловіків у ФО із негативним компонентом: *tamma's darling* – мамин синочок; *girl boy* – чоловік, який поводить себе, як жінка [1].

Услід за Н.О. Павленко [4, с. 81], увесь відібраний матеріал з наявним гендерним компонентом було поділено відповідно до їх ономаціологічних ознак на наступні фразеотематичні групи:

1. **Occupation.** До даної групи відносимо ФО на позначення чоловічих та жіночих професій, або ж тих, що притаманні обом статям, наприклад: *knight of the pen* – журналіст; *hatchet man* – той, хто виконує усю «брудну» роботу; *Mother Bunch* «букв. Мати В'язка» – гадалка; *Tom Tailor* «букв. Том Тейлор» – кравець; *a liberty man* «букв. чоловік свободи» – матрос, якого відпустили у звільнення на берег; *a medicine man* «букв. чоловік медицини» – знахар.

2. **Character.** З назви зрозуміємо, що гендерно марковані ідіоми цієї групи використовуються на позначення рис характеру та персональних особливостей тієї чи іншої особи. В ході проведення дослідження було виявлено, що чималу частину групи складають лексичні одиниці, що характеризують чоловіка як бабія та висвітлюють його залежність від жіночої уваги, наприклад: *lady-killer* ‘букв. леді-вбивця’ – серцеїд; *skirt chaser* ‘букв. гонщик за спідницею’ – бабій; *Jack among the maids* ‘букв. Джек серед служниць’ – дамський догідник; *red-blooded male* ‘букв. червонокровний самець’ – мужній хтивий чоловік.

Слід наголосити, що серед нашої вибірки також було виділено ФО, які характеризують чоловіка, як мужнього та хороброго, наприклад: *the man of iron* ‘букв. чоловік заліза’ – чоловік залізної волі; *a broth of a boy* ‘букв. відвар хлопчика’ – славний хлопчина, молодець; *knight without Fear and without Reproach* ‘букв. лицар без Страху і без Докору’ – безстрашний, сміливий чоловік.

3. **Relationships.** Назву цієї групи можна сформулювати як взаємовідносини людей у соціумі та сім’ї, спрямовані на спілкування та взаємодію та спричиняють суб’єктивне або ж об’єктивне бачення своєї позиції та стану інших індивідів. Головним критерієм відбору ФО цієї групи, як і раніше, слугувала наявність експліцитно або імпліцитно вираженого гендерного компонента у структурі та/або семантиці відібраних ідіом: *to teach one's grandmother to suck eggs* ‘букв. вчити бабусю смоктати яйця’ – яйце курку не вчить; *a clinging vine* ‘букв. лоза, що обвилася’ – слабка, безпорадна жінка, що цілком залежить від чоловіка.

За характером стосунків в цій групі можна виділити ФО, що позначають любовні, дружні та сімейні взаємовідносини. Наприклад: *to ask for a lady's hand* ‘букв. попросити руки дами’ – просити руки та серця; *football widow* ‘букв. футбольна вдова’ – жінка, яка під час футбольних змагань виявляється повністю без уваги з боку свого чоловіка-футбольного фаната; *Gretna Green marriage* ‘Шлюб Гретни Грін’ – шлюб між коханцями, що втекли, без виконання формальностей; *the three musketeers* ‘букв. три мушкетера’ – три мушкетери, нерозлучні друзі (за назвою роману О. Дюма).

4. **Abilities.** До цієї групи можна віднести ідіоми, які стосуються розумових здібностей, фізичних властивостей та індивідуально-психологічних особливостей. Цілком закономірно, гендерно марковані фразеологізми на позначення здібностей можуть набувати як позитивних, так і негативних конотацій, наприклад: *a Daniel come to judgement* ‘букв. Даніель дійшов до здорового глузду’ – мудра людина; *a woman of the world* ‘букв. жінка світу’ – жінка із великим життєвим досвідом; *boy wonder* ‘букв. дивовижний хлопчик’ – вундеркінд; *Tom fool* ‘букв. Том дурень’ – дурень, бовдур; *a man of parts* ‘букв. людина частин’ – здібна, талановита людина.

5. **Social status.** До цієї групи увійшли ідіоми, що вказують на соціальний статус, який має людина в суспільстві або в певній соціальній підсистемі суспільства. Соціальний статус, як правило, характеризується владними і матеріальними можливостями, дещо рідше унікальними вміннями, розумовими чи фізичними здібностями, успіхами у роботі, тощо: *Mr. Big* ‘букв. Містер Великий’ – великий бос, важлива персона; *a man of mark* ‘букв. позначений чоловік’ – людина зі статком; *a man about town* ‘букв. чоловік міста’ – світська людина; *the first lady* ‘букв. перша леді’ – перша леді, дружина глави будь-якої держави; *rich as Croesus* ‘букв. багатий, як Крез’ – багатий, як Крез, дуже багата людина.

6. **Appearance.** Фразеологізми цієї групи виражають усі аспекти, що стосуються зовнішніх особливостей, таких як зріст, фігура, риси обличчя, стиль одягу, привабливість та інші фізіологічні властивості, наприклад: *fat as an alderman* ‘букв. товстий, як старшина’ – товстун; *Sloppy Joe* ‘букв. неохайний Джо’ – нечепура, неохайна людина; *Barbie Doll* ‘букв. Лялька Барбі’ – приваблива, але дурненька дівчина; *a sweater girl* ‘букв. дівчина у светрі’ – дівчина з пишним бюстом.

7. **Other.** До цієї групи відносимо фразеологізми, які не мають спільних рис із жодною з решти груп, але є не менш цікавими з лінгвістичної та перекладацької точки зору. До цієї фразеологічної групи також відносимо ФО, семантика яких не відображає приналежність до певного гендеру, проте в структурі яких наявний гендерний компонент.

Перш за все, виділяємо гендерно марковані ідіоми на позначення абстрактних понять, наприклад: *blind man's holiday* ‘букв. свято сліпих’ – сутінки; *all my eye and Betty Martin* ‘букв. все моє око і Бетті Мартін’ – нонсенс, дурниця; *before you can say Jack Robinson* ‘букв. перш ніж ти скажеш Джек Робінсон’ – дуже швидко; *jobs for the boys* ‘букв. робота для хлопчиків’ – тепленьке місце; *say uncle* ‘букв. сказати дядько’ – здатися; *the Mother Of All* ‘букв. Мати всього’ – щось надзвичайне.

Цікавими є й ті випадки, коли гендер в англомовній ФО не співпадає із гендером її еквівалента в українській мові. Прикладом такого явища може слугувати ФО *mother country* ‘букв. країна-мати’, яка в україномовній картині функціонує як «Батьківщина». Отже, у цьому випадку чітко простежується антонімічність лексем *mother-father*, або ж *мати-батько*. У ході аналізу також було виявлено, що гендерно марковані ідіоми нерідко використовуються в ролі евфемізмів, тобто для перефразування певного табуйованого або непристойного виразу, щоб зробити його більш нейтральним, наприклад: *the father of lies* (Bible) ‘букв. батько брехні’ – сатана; *the king of terrors* ‘букв. цар жахів’ – смерть; ФО *to see a man about a dog* ми використовуємо у тому випадку, коли хочемо відлучитися у туалет.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Дослідження показало, що майже в усіх сферах людської діяльності панує традиція чоловічого домінування як голови сім'ї, лідера та авторитету. У ключових аспектах суспільного життя чоловіка зображено владним, мужнім та сильним, а усі його негативні риси та грайлива поведінка сприймаються як належне; в той же час жорстко засуджується жіночоподібна слабка поведінка будь-якого чоловіка, так само як і спроби жінки отримати владу в сім'ї, оскільки за стереотипними думками суспільства жінка має бути м'якою, слабкою та покірливою. У більшості випадків жінку зображено тендітною особою, яка переймається лише зовнішнім виглядом та подекуди володіє посереднім рівнем інтелекту, в той час як чоловік постає авторитетним та досвідченим. Семантичний аналіз фразеологічних одиниць на позначення характеру людини показав, що в англійському суспільстві засуджуються лінощі, розгульний спосіб життя, заздрість, пихатість тощо в незалежності від статі, жіночої чи чоловічої. Перспективним видається детальніше висвітлення семантичних особливостей гендерно маркованих фразеологізмів, включно зі структурними та етимологічними підходами.

Література

1. Алімпієва О. І., Приходько А. М. Гендерно марковані фразеологізми англійської лінгвокультури. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2018. №33. С. 4-6
2. Зыкова И. В. Способы конструирования гендера в английской фразеологии. Москва : Эдиториал УРСС, 2003. 232 с.
3. Лозицька М. П. Особливості семантики гендерно маркованих фразеологізмів сучасної німецької мови. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки*. 2013. № 9(1). С. 274–279.
4. Павленко Н. О. Гендерний компонент у структурі та семантиці фразеологічних одиниць сучасної англійської мови : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04. Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2017. 210 с.
5. Телия В. Н. Типы языковых значений: Связанное значение слова в языке. Москва : Наука, 2001. 269 с.

References

1. Alimpijeva O. I., Prykhodjko A. M. Ghenderno markovani frazeologhizmy anghlijskoi linghvo-kul'tury. *Naukovyj visnyk Mizhnarodnogo ghumanitarnogo universytetu. Ser.: Filologhija*. 2018. #33. S. 4-6.
2. Zykova Y. V. Sposoby konstruyrovanya ghendera v anghlyjskoj frazeologhyy. Moskva : Эdytoryal URSS, 2003. 232 s.
3. Lozycjka M. P. Osoblyvosti semantyky ghenderno markovanykh frazeologhizmiv suchasnoji nimec'koi movy. *Visnyk Lughans'kogho nacional'nogho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Filologhichni nauky*. 2013. # 9(1). S. 274–279
4. Pavlenko N. O. Ghendernyj komponent u strukturi ta semantyci frazeologhichnykh odyncyj suchasnoji anghlijskoi movy : dys. ... kand. filol. nauk : spec. 10.02.04. Zaporiz'kij nacional'nij universytet. Zaporizhzhja, 2017. 210 s.
5. Telyja V. N. Typy jazykovykh znachenij: Svjazannoe znachenye slova v jazyke. Moskva : Nauka, 2001. 269 s.