

ГЕНДЕРНАЯ СТЕРЕОТИПИЗАЦИЯ НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКИХ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРОК

Л.А. Изотова

Полесский государственный университет

г. Пинск, Республика Беларусь

E-mail: lar-izotova@yandex.ru

Статья посвящена сравнительному анализу английских пословиц и поговорок, содержащих гендерный компонент, что позволяет выделить наиболее частотные стереотипы о физиологических, психологических и социально-бытовых характеристиках представителей обоих полов, закрепленные в языке, и их изменения во времени.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация; язык; гендер; стереотип; пословица.

Культурное многообразие общества на современном этапе, углубление взаимоотношений между странами тесно взаимосвязано с сохранением и развитием целостности и культурной самобытности народов, которые их населяют. Знание обычаев, традиций и норм поведения народов, умение определять культурные особенности, и учитывать их для того, чтобы понять партнера и добиться взаимного признания, является чрезвычайно важным фактором для успешного пре-

одоления межкультурных барьеров и осуществления межкультурной коммуникации.

Межкультурная коммуникация представляет собой коммуникацию между людьми, культурное восприятие которых различно. В процессе осуществления межкультурных контактов возникает проблема понимания и правильного восприятия людей, которые говорят на другом языке. Язык служит средством коммуникации и выражения мыслей, и это, по мнению С.Г. Тер-Минасовой, «самый эксплицитный, самый официальный и социально признанный из всех видов способ коммуникативного поведения» [1, с.11]. В свою очередь, Л. А. Нургалиева указывает, что при изучении иностранного языка, нельзя не изучать и культуру данного народа, в процессе изучения которой происходит изучение и особенностей речевого поведения носителей языка, а без знания культуры и традиций можно попасть в затруднительное положение [2, с. 209].

Эффективным и образным средством выражения мировосприятия носителей языков и культур являются пословицы и поговорки. Они создавались многими поколениями людей и отражают историю и мировоззрение народа, его культурные и национальные традиции, нравы и обычаи. Так, давая определение пословице, А.В. Кунин отмечает, что это «афористически сжатые изречения с назидательным смыслом в ритмически организованной форме» [3, с. 176]. В них указываются правила и нормы поведения, обобщённый опыт народа, разные культурные установки и ценности, а также и стереотипы, принятые в данном обществе.

Стереотипы представляют собой убеждения и способы оценки людей, культурных групп в отношении определенных качеств, черт характера, внешнего облика, равно как и событий, явлений, вещей, и, как следствие, широко используются при осуществлении межкультурной коммуникации. Их можно рассматривать в качестве особых форм информации, которая, с одной стороны, способствует улучшению ориентации человека в группе, обществе в целом, а, с другой стороны, в такой упрощенной, эмоционально окрашенной форме может присутствовать как приписывание, так и отказ от наличия у определенного класса лиц определенных свойств либо качеств.

В свою очередь, пословицы и поговорки, в которых содержится гендерный компонент, отражают сформированные в определенной культуре представления о роли мужчины и женщины в обществе, о требованиях, которые предъявляются к ним, а также об особенностях характера и поведения мужчин и женщин.

В целом, говоря о понятии «гендер», необходимо подчеркнуть, что оно стало предметом изучения и исследования многими учеными (А.В. Кирилина, Е.Д. Здравомыслова, П. Эккерт и др.) относительно недавно и рассматривается в качестве термина, под которым подразумевается выявление сходства и различий между представителями обоих полов. По мнению П. Эккерта и С. МакКоннелл-Гине, понятие «пол» является биологической характеристикой и основано, в первую очередь, на репродуктивном потенциале, а «гендер» же они называют социальной адаптацией особенностей индивида по половому признаку, что позволяет объяснять поведение женщин и мужчин. В то же время А.В. Кирилина отмечает, что понятие «пол» является основой и первопричиной психологических и социальных различий между мужчинами и женщинами [4, с. 35]. Наряду с этим, Е.Д. Здравомыслова в своих работах указывает на наличие таких характеристик гендера, как биологический пол, полоролевые стереотипы и так называемый гендерный дисплей, то есть наличие различных проявлений, обусловленных принятыми в данном обществе нормами мужского и женского поведения и взаимодействия [5, с. 84].

Гендерные стереотипы, присутствующие в пословицах и поговорках, содержат описание физиологических, психологических признаков, социокультурных ролей, которые характеризуют мужчин и женщин определенного общества, и являются результатом, как личного опыта отдельного индивида, так и культуры народа в целом. Так, А.В. Кирилина в своей работе отмечает, что гендерные стереотипы являются культурно и социально обусловленными мнениями и пресуппозициями о качествах, атрибутах и нормах поведения представителей обоих полов и их отражением в языке [4, с. 75].

Таким образом, гендерные стереотипы отражают национальные традиции и культурное своеобразие народа, прочно закрепляются в сознании общества и фиксируются в языке, оказывая влияние на формирование поведения представителей обоих полов и его оценку в различных жизненных ситуациях, зачастую приводя к формированию предрассудков.

Сравнительный анализ английских пословиц и поговорок, содержащих гендерный компонент, позволяет выделить часто встречающиеся стереотипы и дать им анализ с точки зрения их употребления в речи и изменения во времени.

Исходя из семантического признака гендерные стереотипы, присутствующие в пословицах и поговорках, имеют отношение к описанию физических (внешний облик, возраст), психологических (характер, чувства, эмоции, речь, интеллект, поведение) и социально-

бытовых (семья, работа, положение в обществе) характеристик представителей обоих полов.

Так, при описании возраста и внешности, можно отметить, что для мужчин он ключевым является внутреннее состояние (например, *A man is a man if he has but a nose on his face*), тогда как для женщин более существенным показателем возраста выступает внешняя привлекательность (например, *A man is as old as he feels, and a woman as old as she looks; Every woman would rather be beautiful than good; Old age is a woman's hell*).

В английских пословицах и поговорках, описывающих психологические характеристики мужчин и женщин, отражены такие качества, как капризность, лень, непостоянство, болтливость, низкий интеллект представителей женского пола в большей мере, нежели мужского (например, *Women are as fickle as April weather; Women have long hair and short brains; A sieve will hold water better than a woman's mouth a secret; No fish without bone; no woman without a temper; A woman is a weathercock*). В то же время, положительную оценку получают такие мужские качества, как честность, отвага, порядочность, верность, надежность (например, *The man worthwhile is the man who can smile when everything goes wrong; Man is a lion in his own cause*), а вызывают неодобрение пьянство, пристрастие к азартным играм, вспыльчивость (например, *Dicing, drabbing and drinking bring men to destruction; He that drinks beer, thinks beer; Heaven takes care of children, sailors and drunken men*).

Английские паремии, в которых отражаются социально-бытовые характеристики, включают отношение мужчины и женщины к семье, к ведению домашнего хозяйства, поощряются такие качества, как доброта, верность, хозяйственность, бережливость, мудрость, терпение, ответственность. Так, репрезентация женщины как жены, хозяйки дома выглядит положительно (например, *Men make houses, women make homes; The wife is the key to the house*), отмечается важность брака в жизни женщины, с одной стороны, и немаловажная роль женщины в жизни мужчины, с другой стороны (например, *A man without a woman is like a ship without a sail; He that will thrive must first ask his wife; A good wife and health is man's best wealth*), при этом мужчина несет ответственность за семью и, как отец, является примером для подражания (например, *A good husband makes a good wife; One father is worth more than a hundred schoolmasters*). Особую положительную эмоциональную окраску имеют пословицы о материнстве, об отношениях матерей и детей, подчеркивается материнская доброта, ласка (например, *A mother's love never ages; A mother's love is best of all*).

Таким образом, анализ английских пословиц и поговорок, содержащих гендерный компонент, свидетельствует о том, что в значительной мере преобладают паремии с негативной коннотацией по отношению к женщине, особенно в части описания морально-психологических черт, в то время как мужчина выступает в качестве эталона, не являясь объектом оценки, и имеет больше положительных характеристик, а негативные черты в большей мере характеризуют общество в целом, а не представителей мужского пола.

Однако хотелось бы отметить, что в современных английских пословицах и поговорках находит отражение тенденция к выравниванию мужских и женских ролей в связи с изменением роли и положения женщины в обществе, уменьшением степени выраженности «мужского» и «женского» в языковой картине мира, и, в целом, в связи с демократизацией общества. Так, современные паремии характеризуются наличием ироничной оценки представителей мужского пола, уравниванием мужчин и женщин, как в семье, так и в обществе, независимости женщины (например, *Good men are scarce; A good man is hard to find; A woman without a man is like a fish without a bicycle*).

Таким образом, пословицы и поговорки отражают знания людей о конкретных жизненных ситуациях, повседневной жизни, нормах морали и ценностных установках, стереотипах поведения в обществе, непосредственно наблюдаемым человеком мире. Изучение пословиц и поговорок, содержащих гендерный компонент, оказывает неоспоримое влияние в целом на изучение фразеологической системы языка в контексте культуры.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Тер-Минасова, С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – М.: Слово, 2000. – 625 с.
2. Нургалиева, Л.А. Некоторые особенности невербальной коммуникации в английской и татарской лингвокультурах / Л.А. Нургалиева // Вестник Чувашского университета. – 2015. – № 2. – С. 208-211.
3. Кунин, А.В. Курс фразеологии современного английского языка: 2-е изд., перераб. / А.В. Кунин. – М.: Высш. шк.; Дубна: Феникс, 1996. – 381 с.
4. Кирилина, А.В. Гендер: лингвистические аспекты / А.В. Кирилина. – М.: Институт социологии РАН, 1999. – 200 с.
5. Здравомыслова, Е.А. Социальная конструкция гендера и гендерная система в России / Е.А. Здравомыслова, А.А. Темкина // Материалы Первой Российской летней школы по женским и гендерным исследованиям «ВАЛДАЙ-96». – М.: МЦГИ. – 1997. – С. 84-89.
6. Simpson J. The Concise Oxford Dictionary of Proverbs / J Simpson, J. Speake. – Oxford: Oxford University Press, 2003. – 364 p.

GENDER STEREOTYPING IN ENGLISH PROVERBS AND SAYINGS

L. A. IZOTOVA

Polesky State University

Pinsk, Republic of Belarus

E-mail: lar-izotova@yandex.ru

The article is devoted to the comparative analysis of English proverbs and sayings with gender component which allows to determine the most widely used stereotypes concerning physical, psychological and social characteristics of representatives of both genders existing in the language as well as their changes over time.

Keywords: intercultural communication; language; gender; stereotype; proverb.