

ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.9.8)

Научная статья

УДК 81

doi: 10.18522/2070-1403-2022-93-4-45-51

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ПРОЯВЛЕНИЯ АНДРОЦЕНТРИЗМА В СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

© Анна Александровна Заяц¹, Слукина Анастасия Алексеевна²

Школа педагогики Дальневосточного федерального университета г. Владивосток, Россия

¹ann-zayats@yandex.ru ²nastyaslukina@mail.ru

Аннотация. Выявляются языковые особенности гендерно-маркированных идиом английского языка для определения гендерных стереотипов англичан, отраженных во фразеологическом фонде языка. Научная новизна исследования заключается в сопоставлении идиом с компонентами мужчины и женщины, рассмотренных с культурологической точки зрения. Итогом исследования является анализ гендерно-маркированных фразеологических единиц английского языка с дальнейшей их систематизацией по смысловым центрам, семантическим признакам, а также выделение положительных и отрицательных сторон мужчин и женщин, отраженных в идиоматических конструкциях английского языка.

Ключевые слова: английский язык, идиоматические конструкции, гендерно-маркированные идиомы, андроцентризм, маскулинность.

Для цитирования: Заяц А.А., Слукина А.А. Языковые средства проявления андроцентризма в современной англоязычной фразеологии // Гуманитарные и социальные науки. 2022. Т. 93. № 4. С. 45-51. doi: 10.18522/2070-1403-2022-93-4-45-51

PHILOLOGY

(specialty: 5.9.8)

Original article

Language means of the manifestation of androcentrism in modern English-language phraseology

© Anna A. Zayats¹, Anastasia A. Slukina²

School of pedagogy of the Far Eastern federal university, Vladivostok, Russian Federation

¹ann-zayats@yandex.ru ²

Abstract. It is identified the features of gender-marked English idioms in order to determine the gender stereotypes of the English, reflected in the phraseological foundation of the language. The scientific novelty of the study is the comparison of idioms with components of men and women considered from a cultural point of view. The result of the study is an analysis of gender-marked phraseological units of the English language with their further systematization according to semantic centers, semantic characteristics, as well as the separation of positive and negative aspects of men and women reflected in idiomatic constructions of the English language.

Key words: English, idiomatic constructions, gender-marked idioms, androcentrism, masculinity.

For citation: Anna A. Zayats, Anastasia A. Slukina Language means of the manifestation of androcentrism in modern English-language phraseology. *The Humanities and Social Sciences*. 2022. Vol. 93. No 4. P. 45-51. doi: 10.18522/2070-1403-2022-93-4-45-51

Введение

Актуальность данного исследования заключается в возрастающем интересе к новым мировоззренческим установкам в обществе, появляющимся в результате переоценки ценностей в области полоролевых стереотипов поведения мужчин и женщин. Следствием данной тенденции является возрастающий интерес к гендерным исследованиям не только со стороны ученых, чьей специализацией является социология, но и со стороны лингвистов. Данный феномен обуславливается тем, что именно в языке отражается менталитет народа, формировавшийся на протяжении многих лет.

Для достижения целей были сформулированы следующие задачи исследования: первая – рассмотреть понятия гендера и пола, и их влияние на гендерную асимметрию английского языка. Вторая задача – рассмотреть фразеологические единицы в качестве маркеров гендерных аспектов. Третья задача, которая также является *практической значимостью исследования* – систематизировать гендерно-маркированные фразеологические обороты по смысловым центрам и семантическим признакам. Для решения данных задач были использованы такие *теоретические методы исследования*, как лексикографический метод, дефиниционный и количественный анализ, сравнительный метод, метод контент-анализа и системный подход к изучению теоретических источников.

Теоретической базой исследования послужили публикации В.К. Барашян [1], А.В. Кирилиной [2], А.Г. Кировой [3], В.Н. Страусова [9], посвященные развитию гендерных исследований в лингвистике. Для анализа особенностей гендерно-маркированных единиц были задействованы труды А.В. Кунина [7] и А.В. Николаевой [8].

Гендерная асимметрия английского языка в первую очередь характеризуется маскулинной (андроцентричной) направленностью. Термин «андроцентризм» в основе своей является медицинским термином, в котором первый компонент слова представляет собой греческое слово «andros» – «мужчина». Данный термин вошел в практику лингвистических исследований недавно и имеет такие неполные синонимы как: маскулинность, сексизм, гендерная асимметрия [9].

Необходимо отметить, что под гендерной асимметрией стоит понимать неравномерную представленность лиц мужского и женского пола в языке. В свою очередь, андроцентризмом именуют преобладание маскулинно-направленных языковых единиц [1, с. 112]. Так, гендерная система отражает ассиметричные культурные оценки и ожидания, приписанные людям в зависимости от их пола, что порождает дискуссии неравенства по полу [3, с. 139]. В. К. Барашян, в свою очередь, также полагает, что «рефлексия гендерных отношений всегда парадигматически ограничена» [1, с. 111].

Обсуждение

Гендерные стереотипы представляют собой «эмоционально окрашенные, схематизированные постоянные образы мужчины и женщины, распространяемые на всех представителей определенной гендерной общности вне зависимости от личных особенностей» [3, с. 139]. Большинство исследовательских работ по формированию образов мужчины и женщины в языковом дискурсе построены на основе ассоциативных полей, представляющих собой гендерно-окрашенную лексику, соотносимую с определенным полом [1, с. 112].

Однако рассматривая вопрос гендерной асимметрии более широко, необходимо отметить, что андроцентризм английского языка связан с отражением социальной и культурной специфики общества, в котором доминируют мужчины, чьи качества обладают большей ценностью, в противовес ограничению сферы деятельности женщин [3, с. 140].

Кроме того, дискриминация полов в языковой норме представлена и в характере, и стиле речевого поведения мужчин и женщин. По словам В.К. Барашян, «в актах речевой коммуникации женщина, как правило, занимает подчиненную позицию..., в то время как мужчина более динамичен, активен и независим» [1, с. 112].

Говоря о фразеологизмах, они вызывают особый интерес в лингвистических исследованиях, потому что в них в большей степени заключен менталитет народа. И гендерная лингвистика не является исключением в связи с тем, что стереотипы в поведении мужчин и женщин формировались на протяжении многих веков, соответственно, в них можно найти отражение культурного фона [4, с. 61].

Известно, что язык является одним из самых доступных источников познания культуры страны, так как в нем отражены особенности восприятия окружающей действительности, традиций, ментальности народа, а также национальный характер и система ценностей. Рассматривая явление андроцентризма в английском языке, стоит отметить, что он начал формироваться на основе гендерного неравенства в социуме еще со времен средневековья.

При этом важно понимать, что всем культурам характерны различия между полами, однако, как только определенную черту поведения начинают отождествлять с конкретным полом, от нее стараются избавиться представители другого пола. Этот факт является основой концепции гендеризма – социально и культурно обусловленных различий в поведении полов [2, с. 141].

Таким образом, на сегодняшний день существует большое количество социальных стереотипов, относящихся как к мужчинам, так и к женщинам. Согласно предписываемым обществом образцам поведения, мужчины отличаются силой, логичностью и рациональностью в действиях и мыслях, в то время как женщин характеризуют как эмоциональных и эмпатичных людей, обладающих развитой интуицией [8, с. 204].

Исходя из вышесказанного, можно утверждать, что язык является отражением менталитета конкретных языковых общностей. В нем заключен национальный характер, традиции, самосознание народа и система ценностей, принадлежащих конкретной культуре.

Так, в процессе взаимодействия своих элементов язык находится в постоянном развитии, видоизменяя значения слов, при сохранении исходных структурных особенностей [10, с. 125]. Как отмечает А. Суткевич, «основную культурную нагрузку несет лексика: слова и словосочетания. Из них складывается языковая картина мира, определяющая восприятие мира носителями данного языка. Особенно наглядно этот аспект представлен устойчивыми выражениями, фразеологизмами, идиомами, пословицами и поговорками...» [10, с. 125].

Фразеологический пласт языка имеет такую особенность развития, как склонность к фиксации важной культурологической информации на длительные промежутки времени, а также быстрое реагирование на языковые изменения в современном обществе. Так, исходя из определения А.В. Кунина, «фразеологическое значение представляет собой инвариант информации, выражаемый раздельно оформленными, осложненными единицами языка» [7, с. 135]. По его мнению, способность передавать исчерпывающую информацию о национальной специфике народа посредством языка заключена большим образом именно во фразеологии. Александр Владимирович определяет фразеологические единицы как устойчивые сочетания лексем с частично или полностью переосмысленным значением [7, с. 15].

Кроме того, важно не только то, что несет в себе фразеологическое значение, но и как оно выражается [7, с. 135]. Таким образом, подтверждение данным словам можно найти в гендерно-маркированных фразеологических единицах, которым свойственна экспрессивно-оценочная окраска. Также культурологическая ценность фразеологических единиц заключается в абсолютной достоверности их содержания. Это обусловлено тем, что в них можно проследить историю развития страны, традиций и обычаев, зафиксированную во фразеологических изречениях. На основе анализа вышеизложенного теоретического материала возникает необходимость проведения эмпирического исследования, основанного на поиске и систематизации гендерно-маркированных фразеологических единиц английского языка с дальнейшей самостоятельной систематизацией отобранных фразеологизмов.

Анализ практического материала показал, что гендерно-маркированные фразеологические единицы английского языка можно систематизировать по следующим смысловым центрам:

1. Смысловый центр «женщина»: *the daughter of the horse-leech* [6, с. 197], *sister Ann* [6, с. 920], *be one's own mistress* [6, с. 902], *a wicked woman and an evil, is three halfpence worse than the devil* [11, с. 320]; *a woman's vengeance knows no bound* [11, с. 573], *damsel in distress* [13, с. 72].
2. Смысловый центр «мужчина»: *a broth of a boy* [13, с. 340], *a Jack of all trades* [12, с. 308], *play the man* [6, с. 485], *best man* [12, с. 697].
3. Фразеологические обороты, со смысловыми центрами, где в качестве смыслового центра используются наименования мужчин и женщин: *your better half* – муж или жена [13, с. 23], *a husband and wife have the same interests* [12, с. 335].

Также фразеологизмы можно сгруппировать по семантическому признаку следующим образом:

1. Черты характера: *smart Aleck* [12, с. 634], *a fast worker* [6, с. 839], *a weak sister* [13, с. 692], *a high kicker* [6, с. 425], *a sack full of fleas is easier to watch than a woman* [11, с. 863], *a woman's tear-drop melts, a man's half sears, to them this is a relief, to us a torture* [11, с. 1093]; *a piece of tail* [13, с. 218].
2. Поведение: *a fine lady* [6, с. 432], *Lady Bountiful* [13, с. 166], *man of action* [13, с. 3], *wear the trousers* [13, с. 298], *keep bach* [6, с. 56].
3. Профессия: *brother in arms* [6, с. 112], *a boy in buttons* [6, с. 104], *a woman of letters* [13, с. 317], *a man of letters* [13, с. 182].
4. Внешность: *as red as a rose* [6, с. 624], *glamour girl (puss)*, [6, с. 313], *a foolish woman is known by her finery* [11, с. 438], *plain Jane* [13, с. 156].
5. Физическое состояние: *in the (pudding) club* [13, с. 336], *a man's man* [6, с. 487], *a knight in shining armor* [13, с. 153].

Проведя количественный анализ гендерно-маркированных идиом, можно утверждать, что метафорические номинации, подчеркивающие аспекты характера, доминируют в проанализированных примерах.

Так как в английском языке доминирует андроцентричный взгляд на гендерные отношения, оценка женщин зачастую происходит с точки зрения полезности для мужчин:

1. *A woman is to be from her house three times, when she is christened, married and buried* [11, с. 385];
2. *A woman's work and washing of dishes is never at an end* [11, с. 732];
3. *Belle of the ball* [13, с. 21].

В используемых языковых средствах в первую очередь отражается мужская картина мира, в которой женщине отводится второстепенное значение и роль. Согласно приведенным фразеологизмам, роль женщины ограничена семьей и домашними обязанностями.

Особое внимание необходимо обратить на то, что в английском языке присутствует большое количество слов для обозначения женщин легкого поведения, при этом данная группа слов со смысловым центром «мужчина» невелика:

1. Для женщин: *a woman of the streets* [6, с. 830], *page three girl* [13, с. 123], *a woman of pleasure* [6, с. 830], *hot mam(m)a* [6, с. 900], *girl about the town* [5, с. 438], *girl of ease* [5, с. 438], *girl of the period*, [5, с. 438], *lady of the lake* [5, с. 614], *lady of easy virtue* [5, с. 614]
2. Для мужчин: *ladies' man* [12, с. 660], *a man of sin* [5, с. 684]

Данное проявление неравенства обосновывается тем, что фразеологические единицы и обороты закреплялись на языке на различных этапах исторического развития общества [8, с. 207].

Однако необходимо обратить внимание на то, что существует ряд качеств женщин, которые высоко ценятся мужчинами и выражаются в гендерно-маркированных фразеологизмах следующим образом:

1. Материнство: *a mother's love is best of all* [4, с. 64].
2. Хозяйственность: *daughter of the soil* [6, с. 701], *a virtuous woman though ugly is the ornament of the house* [11, с. 324], *the angel in the house a woman who is completely devoted to her husband and family* [13, с. 7].
3. Привлекательность: *a dolly bird* [6, с. 84], *old trout* [13, с. 299], *a bit of all right* [13, с. 25], *a bit of crackling* [13, с. 65].
4. Юность: *a slick chick* [6, с. 145], *a bit of fluff* [13, с. 265].

Несмотря на это, в большинстве случаев фразеологические обороты с компонентом «женщина» создают усредненный образ, в котором отражаются не лучшие стороны женщины, по мнению мужчин. Например: *a man of straw is worth a woman of gold* [11, с. 346], *a dog is wiser than a woman* [11, с. 847], *a wicked woman and an evil are three halfpence worse than the devil* [11, с. 395], *a mill, a clock and a woman always want mending* [11, с. 495]; *a woman laughs when she can and weeps when she pleases* [11, с. 597], *Dumb Dora* [6, с. 223], *one tongue is enough for a woman* [11, с. 786], *hell hath no fury like a woman scorned* [13, с. 334], *a woman and a glass are always in danger* [11, с. 546].

Таким образом, в гендерно-маркированных фразеологических образах подчеркивают ненадежность женщины, ее эмоциональную нестабильность, мстительность, низкие интеллектуальные способности, болтливость и коварство.

Однако есть редкие исключения: *a woman's first counsel is the best* [11, с. 888], *Caesar's wife* [13, с. 44], *golden girl* [6, с. 313].

Так, из фразеологических оборотов можно вычлениить следующие положительные качества мужчин:

1. Физическая сила: *men may bear 'til their backs break* [11, с. 643], *man is not always asleep when his eyes are shut* [11, с. 943].
2. Агрессивность: *a man of courage* [6, с. 900], *all men think their enemies ill men* [11, с. 854].
3. Сексуальная активность: *skirt chaser* [12, с. 660], *pop someone's cherry* [13, с. 51].
4. Независимость и власть над другими: *lord and master, the good man of the house* [6, с. 898]; *a bad man* [11, с. 598].

Несмотря на то, что большинство фразеологических оборотов с компонентом «мужчина» подчеркивают положительные качества мужчин патриархального общества, существуют фразеологизмы с негативной оценкой мужчин, однако эта группа не велика. Например: *knight of industry* [6, с. 894], *men talk wisely but live foolishly* [11, с. 875], *big girl's blouse* [13, с. 30].

Говоря об отрицательных характеристиках мужчин, находящих свое отражение во фразеологических оборотах, можно утверждать, что негативное отношение к мужчине преимущественно подчеркивается посредством сравнения с женщиной: *girl boy* [5, с. 128], *lizzie boy* [5, с. 128], *Nancy boy* [5, с. 128].

При этом, когда оценочные признаки, стереотипно закрепленные за референтом-женщиной, переносятся на референта-мужчину, то также наблюдается коннотация негативной оценки мужчины: *old woman* [12, с. 243], *play the woman* [6, с. 830], *dry nurse* [6, с. 546].

Следует отметить особую группу фразеологизмов, описывающих семейный статус мужчин и женщин: *one's good lady* [6, с. 433], *one's young man* [6, с. 901], *bottom drawer* [13, с. 85], *make an honest woman* [13, с. 147].

Таким образом, фразеологические единицы с компонентом «женщина», обращенные к мужчине, воспринимаются как оскорбление [8, с. 205].

Выводы

Таким образом, в английском языке существует большое количество гендерно-маркированных идиоматических конструкций со смысловыми центрами «женщина» или «мужчина». Рассматривая семантические признаки устоявшихся выражений, удалось определить, что большинство идиом относятся к описанию характера людей обоих полов. Фразеологизмы с коннотатом мужчины имеют, как правило, семантические признаки с положительной оценкой, с точки зрения патриархального уклада жителей средневековой Англии. При этом фразеологизмы, относящиеся к немногочисленной группе оборотов с отрицательной оценкой мужчины, преимущественно имеют в своем составе лексемы, выражающие сравнение с женщиной либо оценочные признаки, закрепленные за референтом женщиной. Фразеологизмы с коннотатом женщины, в свою очередь, ограничиваются узким кругом положительных семантических признаков, к которым относятся материнство и привлекательность. При этом негативных семантик у фразеологизмов с компонентом женщины намного больше, чем положительных. Также удалось постановить, что существует большое количество фразеологизмов с негативной оценкой женщин, противопоставленных небольшому числу фразеологизмов с негативной оценкой мужчин.

Список источников

1. *Барашиян В.К.* Конституирование гендерного глоссария: проблема парадигмальных ограничений // Историческая и социально-образовательная мысль. 2013. № 6 (22). С. 111–113.
2. *Кирилина А.В.* Гендерные исследования в зарубежной и российской лингвистике // Общественные науки и современность. 2000. № 4. С. 138–143.

3. *Кирова А.Г.* Развитие гендерных исследований в лингвистике // Вестник томского государственного педагогического университета. 2009. № 8 (86). С. 138–140.
4. *Кирсанова М.А.* Явление андроцентризма в пословичном фонде английского языка // Наука и школа. 2013. № 1. С. 61–65.
5. *Кунин А.В.* Англо-русский фразеологический словарь. М.: Изд-во Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1956. 1456 с.
6. *Кунин А.В.* Англо-русский фразеологический словарь. М.: Изд-во Русский язык, 1984. 944 с.
7. *Кунин А.В.* Курс фразеологии современного английского языка: учебник для институтов и факультетов иностранных языков. 2-е изд., перераб. М.: Высшая школа, Дубна: Изд-во «Феникс», 1996. 381 с.
8. *Николаева А.В.* Сравнительный анализ структурно-семантических особенностей гендерных фразеологических единиц в английском и русском языках // Гуманитарные и социальные науки. 2020. № 6. С. 203–210.
9. *Страусов В.Н.* Категория андроцентризма в лингвистике // Университетские чтения. Январь 2009. № 1 (3). С. 49–56. – URL: <http://www.lib.knigi-x.ru/23meditsina/141200-1-vn-strausov-kategoriya-androcentrizma-lingvistike-termin-androcentrizm-voshel-praktiku-lingvistiche.php> (дата обращения 5.08.2021).
10. *Суткевич А.* Идиомы как отражение национального менталитета // Studia Rossica Posnaniensia. 2006. № 33. С. 123–132.
11. *Christy R.* Proverbs, Maxims and Phrases of All Ages. New York & London G.P. Putnam's Sons The knickerbocker Press. 1887. 1292 p.
12. *Lubensky S.* Russian-English Dictionary of Idioms. Yale University Press. 2013. 955 p.
13. *Siefring J.* Oxford Dictionary of idioms. Oxford University Press, 2004. 340 p.

References

1. *Barashyan V.K.* Constitution of gender glossary: the problem of paradigm constraints // Historical and socio-educational thought. 2013. Vol. 22. Issue No 6.
2. *Kirilina A.V.* Gender studies in foreign and Russian linguistics // Social sciences and modernity. 2000. No 4.
3. *Kirova A.G.* Development of gender studies in linguistics] // Bulletin of Tomsk State Pedagogical University. 2009. Vol 86. Issue No 8.
4. *Kirsanova M.A.* The phenomenon of androcentrism in the proverb foundation of the English language // Science and school. 2013. No 1.
5. *Kunin A.V.* English-Russian Phraseological Dictionary / State Publishing House of Foreign and National Dictionaries. 1956.
6. *Kunin A.V.* Anglo-Russian phraseological dictionary. Publishing house Russian language. 1984.
7. *Kunin A.V.* Phraseology course of the modern English language: studies for institutes and faculties of foreign languages. 2nd edition, revised. M. 1996.
8. *Nikolaeva A.V.* Comparative analysis of structural and semantic features of gender phraseological units in English and Russian // Humanities and Social Sciences. 2020. No 6.
9. *Strausov V.N.* Category of androcentrism in linguistics // University readings. Jan. 2009. Vol 3. Issue No 1. – URL: <http://www.lib.knigi-x.ru/23meditsina/141200-1-vn-strausov-kategoriya-androcentrizma-lingvistike-termin-androcentrizm-voshel-praktiku-lingvistiche.php> (accessed 19.03.2022).
10. *Sutkevich A.* Idioma as a reflection of the national mentality // Studia Rossica Posnaniensia. 2006. No 33.

11. *Christy R.* Proverbs, Maxims and Phrases of All Ages. New York & London G. P. Putnam's Sons The knickerbocker Press. 1887. 1292 p.
12. *Lubensky S.* Russian-English Dictionary of Idioms. Yale University Press. 2013. 955 p.
13. *Siefring J.* Oxford Dictionary of idioms. Oxford University Press, 2004. 340 p.

Статья поступила в редакцию 13.06.2022; одобрена после рецензирования 25.06.2022; принята к публикации 05.07.2022.

The article was submitted 13.06.2022; approved after reviewing 25.06.2022; accepted for publication 05.07.2022.