

ГЕНДЕРНІ МАРКЕРИ У АНГЛОМОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

Ірина Гуменюк

Подільський державний аграрно-технічний університет, м. Кам'янець-Подільський

irynahumenyuk79@gmail.com

<https://doi.org/10.37406/sXXIcp.2021.v1.143>

Вступ

Дослідження мовної картини світу диктує проблеми, пов'язані з питаннями взаємозв'язку мови і культури, адже більшість вчених вважає, що мова являє собою частину культури. З точки зору актуального на сьогоднішній день антропоцентричного підходу вивчається людина, її внутрішній світ, навколишнє середовище, сфера існування, гендер.

З кінця 60-х років ХХ століття в працях із соціології та філософії починає прослідковуватись тенденція розмежування понять біологічна стать та соціальна стать (Stoller, 1968, Okaley, 1972, Rubin, 1975 тощо). Для позначення поняття «соціальна стать» береться термін гендер (від англ. gender – рід, стать; сімейна, родова традиція, зв'язок поколінь).

У мовах світу гендерні системи дуже різняться. Вони відрізняються кількістю класів, основними правилами розподілу, а також тим, як і де позначено стать. Оскільки відмінюваність є дефініційною властивістю, рід, як правило, відсутній в ізольованих мовах, а також у молодих мовах з обмеженою морфологією, включаючи мови жестів. Тому наявність категорії роду вважається зрілим явищем у мові. Відмінюваність – це те, що робить рід морфосинтаксичною ознакою, разом із числом та особою, і відрізняє його від флективного класу та класів похідних слів. Г. Корбет проаналізувавши 257 мов з різних географічних районів та лінгвістичних сімей довів, що 112 з них мають гендерну систему [1].

Так, наприклад, у таких мовах, як грецька, латинська чи іспанська, рід – це граматична категорія, що підтримується певними морфосинтаксичними реалізаціями (наприклад, відмінювання іменників, прикметників тощо). Щось подібне зустрічається у давньоанглійській мові. Існувала чітка узгоджуваність, а відтак гендер був повністю граматичним, а отже, екстралінгвістична інформація, така як стать, взагалі не мала значення. Тим не менше, до одинадцятого століття граматичні гендерні відмінності зникли; анафоричні займенники тепер обираються відповідно до статі референта.

Наприкінці 70-х – на початку 80-х років минулого сторіччя з'являється низка праць, присвячених гендерній проблематиці – «Linguistik und Frauensprache» («Лінгвістика і жіноча мова», 1978) З. Трьомель Пльотц, «Das Deutsche als Mannersprache» («Німецька як мова чоловіків», 1984) Луїзи Пуш та ін. На особливу увагу заслуговують спроби гендерних досліджень В. фон Гумбольдта, зроблені ще наприкінці ХVІІІ – на початку ХІХ ст. Так, чоловіче, дослідник визначав як силу, що виробляє, а жіноче – як силу, що сприймає [2, с. 152]. З часів В. фон Гумбольдта гендерні дослідження набули іншого спрямування, і нині можна сказати, що вчений дотримувався позицій біодетермінізму в дослідженні гендерних відносин у соціумі. Зараз біодетермінізм у цій сфері не актуальний, хоча не заперечують існування різниці у залежності між чоловіками та жінками від фізіологічного, генного та біологічного розвитку. Помітні зрушення в галузі гендерних лінгвістичних

досліджень відбулися на початку 90-х років минулого сторіччя після виходу у світ праці Д. Таннен «Ти мене просто не розумієш. Жінки та чоловіки в діалозі» [3], у якій авторка аналізує причини нерозуміння учасників діалогу через різні моделі мовної поведінки, сформовані під впливом вимог, висунутих у суспільстві до чоловіків та жінок. Праця Д. Таннен дала поштовх для розвитку концепції гендерлектів, тобто існування сталої сукупності ознак чоловічої та жіночої мови [4, с. 10]. Зазначена концепція не мала широкої підтримки в науковому лінгвістичному дискурсі, але дотепер викликає наукові зацікавлення сучасних лінгвістів (О. Горошко, М. Магамедова, О. Перехвальська та ін.). Наприкінці 80-х – на початку 90-х років минулого сторіччя гендерні дослідження активно розвиваються в російській лінгвістиці (Н. Арутюнова, О. Горошко, М. Яцимірська, І. Халєєва, А. Залєвська, Л. Синельникова, Ю. Апресян, О. Холод, І. Левонтіна, О. Каменська, Г. Абреїмова, А. Кириліна, І. Ольшанський та ін.), а згодом – у вітчизняній (В. Слінчук, А. Архангельська, О. Бондаренко, Я. Пузиренко, Л. Ставицька, С. Семенюк, О. Тараненко та ін.) лінгвістиці.

Відтак одним із найрадикальніших напрямків гендерної лінгвістики є феміністична лінгвістика, яка була ініційована Новим жіночим рухом в США та Німеччині, що розпочався в кінці 60-х – на початку 70-х рр. ХХст. Базовою для цього напрямку стала праця Р.Лакофф «Мова та місце жінки», яка заснувала андроцентричність мови та обмеженість образу жінки в мовній картині світу. Р.Лакофф вважає, що жінка розглядається як певний об'єкт (сексуальний або який-небудь інший), але зовсім не як значуща особистість, яка має власну думку [5].

Гендерні дослідження сьогодні – це галузь науки, яка інтенсивно розвивається та є осередком широкого спектра різноманітних дисциплінарних знань – соціології, психології, культурології, антропології, міжкультурної та невербальної комунікації, лінгвістики тощо. Натепер уже зроблені деякі суттєві висновки, і питання щодо правомірності гендерного підходу до аналізу людської історії вже не ставиться під сумнів, а вважається очевидним та обґрунтованим.

Класифікація напрямів гендерних досліджень у лінгвістиці дещо умовна, адже вони мають багато спільного, оскільки для всіх груп властива схожа проблематика та об'єкт дослідження, а саме – взаємини мови та статі. Основна мета таких наукових розвідок – опис та пояснення проявів чоловічої та жіночої статі в мові, експлікація оцінок, приписуваних у мові чоловікам та жінкам, та семантичних сфер, у яких вони найбільш поширені.

Термін «гендер» означає сукупність норм поведінки та позицій, котрі зазвичай асоціюються з особами жіночої або чоловічої статі у даному суспільстві. За основу гендеру взята ідея про те, що важливі не біологічні чи фізичні відмінності між чоловіками та жінками, а ті культурні та соціальні значення, які суспільство надає цим відмінностям.

Особливо акцентується на сучасному етапі розвитку гендерних досліджень те, що гендер зумовлений не тільки і не стільки біологічно, але й соціально та за допомогою культури. Гендер є культурно та історично відносним: його значення, інтерпретація та вираження можуть бути різними як у межах однієї культури, так і в різних культурах, виступаючи у якості причини історичних змін мовної системи [6].

Лінгвістичні гендерні студії в Україні перебувають на стадії становлення. Це рівною мірою стосується як термінологічного апарату, так і методик дослідження, які ґрунтуються і на засадах «традиційних» наукових парадигм, і когнітивної

лінгвістики, і психолінгвістики. «Сучасна лінгвістика переживає своєрідний «гендерний бум», а тому можна і слід говорити про накопичені ідеї, напрями пошуків та експериментів, маючи на оці становлення української лінгвістичної гендерології, бо гендер як ніяке інше соціолінгвістичне поняття, закорінений в умови життя, реалії, норми і традиції певної культури», – ще в 2003 році писала Л. Ставицька [7, с. 30].

Активно досліджують гендерні аспекти ідіолекту (ідіолект В. Стефаніка (Мануйкін, 2003); ідіолект Т. Шевченка (Гончар, 2007); концепт фемінінності в творчості В. Винниченка (Купцова, 2010); феміністичний дискурс прози Б. Лепкого [Кордонєць, 2010]; порівняння в ідіостилі Люко Дашвар (Вороніна, 2011); ідіолект І. Франка (Саліонович, 2012); гендерні стереотипи у творчості М. Коцюбинського та М. Івченка (Меншій, 2013); ідіостиль Ю. Яновського (Домилівська, 2013); ідіолект П. Глазового (Демченко, Рибалка, 2014); фемінітиви у працях О. Потебні (Брус, 2010). Дотичним до вищезгаданої проблематики є аналіз дискурсу (пісенний дискурс (Панасенко, 2002); сімейний дискурс (Семенюк, 2004); гендерний дискурс (Горошко, 2008); дискурс сучасних друкованих україномовних ЗМІ (Маслова, 2011); рекламний дискурс (Велика, 2011); дискурс влади (Курченко, 2012); дискурс сучасної української масової літератури (Філоненко, 2013); комп'ютерний дискурс (Комов, 2014); український художній діалогічний дискурс (Максим'юк, 2014).

Менш численними є праці, присвячені вивченню гендеру в комунікативному аспекті, зокрема інтернет-спілкуванню (Дегтярьова 2004; Кучерук, 2005; Заза, 2010; Пелещишин, Федущко, 2010; Гаврилашук, 2012; Литовченко, 2013; Навальна, 2013; Бутельський, 2016 та ін.). Здійснено спроби визначити місце гендерної лінгвістики в системі лінгвістичних наук, її методи (Ставицька, 2004, 2008; Горошко, 2004; Тараненко, 2005; Семашко, 2010; Малахова, 2011 та ін.). Гендерологи відзначають «потребу в переході від кількісних методів дослідження мовної маніфестації гендеру до якісних методів вивчення культурних смислів гендеру» (Мінаєва, 2007). У сучасній українській лінгвістиці наявна низка праць, присвячена гендерним стереотипам (Ставицька, 2005; Левченко, 2008, 2010; Мельник, 2009; Мороз, 2010; Сукаленко, 2011; Дмитренко, 2011; Ляшук, 2012; Андрійченко, 2013; Кравець, 2013); гендерній ідентичності (Маслова, 2010).

Гендер інтерпретується як технологія репрезентації себе за допомогою різних соціальних інститутів: сім'ї, системи освіти, засобів масової інформації, політики, права, мови, мистецтва, науки, моди. На думку Т. де Лауретіс, гендер є наслідком самопрезентації в широких межах: від нормативних гендерних дисплеїв до повного розмивання кордонів статі. Репрезентація є грою психіки і зовнішнього прояву, яка регулюється дискурсом і нормами [8].

Метою даного дослідження є проаналізувати гендерно марковані фразеологічні одиниці англійської мови, які є базовими матрицями становлення фразеологічної картини світу даної культурної спільноти, та виявити частотність проявів та вплив гендерних стереотипів на розвиток національної картини світу англійськомовної спільноти, оскільки мовна картина світу формується на основі всіх мовних засобів, таких, як слово, фразеологізм, паремія, текст, в яких містяться фонові знання і способи відображення цих значень в національній картині світу.

Розділ 1. Гендер: лінгвістичні та екстралінгвістичні аспекти дослідження.

Ось уже понад тридцять років Генеральна Асамблея Організації Об'єднаних Націй та Економічна і соціальна комісія ООН вказують на проблему нерівності і розриву в освітніх можливостях для жінок і дівчаток, а також поганого доступу жінок

до навчання і ринку праці. Починаючи з 1976 - 1985 рр., періоду, оголошеного ООН як «Десятиліття жінок: Рівність, Розвиток і Мир», коли особлива увага приділялася ролі жінки в НТ, заклик до дій в питаннях, що стосуються науки, технології та гендеру (НТГ), стає дедалі більше. Коли в 2000р. проблема досягнення гендерного рівності була включена в одну з восьми Цілей розвитку тисячоліття ООН (ЦРТ), гендерний аспект НТ ще сильніше висунувся на передній план.

Гендерна проблематика являє собою інноваційний науковий і філософський дискурс, відповідний процесам модернізації та постмодернізації в глобалізованому світі. Гендерний дискурс виник як критика класичних теорій статі, як заперечення традиції у взаєминах чоловіка і жінки та затвердження нових підходів, характерних для епохи модерну і постмодерну. Тенденція трансформації традиційних гендерних цінностей носить глобальний характер і поширюється на суспільства і держави з різними національними, культурними, географічними особливостями. Глобальний вектор гендерної трансформації означає не стирання відмінностей між чоловіками і жінками, а відмову від гендерної ієрархії і наявних відносин влади і підпорядкування.

Характерною рисою сучасних гендерних досліджень, котрі активно розвиваються перш за все в західній і американській гуманітарній науці, є їх міждисциплінарний, міжпредметний характер.

Варто зазначити, що класична традиція інтерпретації гендеру ґрунтується на визнанні визначальної ролі біологічних чинників. Модерністський підхід відрізняється двоїстичним трактуванням статі як біологічного феномена, з одного боку, і соціокультурного – з іншого. Постмодерністська точка зору відходить від двоїстої інтерпретації статі людини, заперечує будь-які критерії співвіднесення соціокультурного конструкту статі і його реального прототипу.

Поряд з тим, що одним з дискусійних моментів у визначенні поняття гендеру є питання про те, чи вважати його соціальним чи психологічним поняттям, все ж більш очевидним видається той факт, що багатогранність даного поняття включає як соціальний, так і психологічний компоненти.

Вивчення особливостей реалізації гендерного фактору в рамках лінгвістичних, зокрема фразеологічних досліджень є, на наш погляд, надзвичайно цікавим. Увага до даної проблеми зумовлена невичерпною можливістю фразеологічного фонду як англійської, так і будь-якої іншої мови зберігати та передавати інформаційні матриці, що розкривають національно-культурну ціннісну картину світу народу, відображувати і певним чином адаптувати лінгвокультурологічні засоби того чи іншого національного колективу до соціально-культурних змін, що мають місце в певний період розвитку суспільства. Фразеологічні мовні засоби володіють здатністю концентровано виражати особливості мови та світосприйняття її носіїв, виявляти національну специфіку комунікативної поведінки нації.

Говорячи про особливості фразеологічного потенціалу мови, у першу чергу необхідно звернути увагу на найхарактернішу й універсальну його особливість – довгостроковість збереження культурно значимої інформації, з одного боку, та на швидкий відгук на найсучасніші та актуальні соціокультурні тенденції, з другого. Своєчасне та швидке реагування фразеологічної сфери мови на найбільш релевантні проблеми сучасної культури виявляється у мовній об'єктивізації або вербалізації нових концептів і концептуальних зон за допомогою фразеологічних засобів.

Фразеологічний простір мови як культурний зріз того чи іншого народу може повніше розкривати особливості концептів «маскуліність/фемінінність», що

відображають характерний для різних спільнот соціальний досвід.

Слід зазначити, що національно-культурна специфіка як мовна реалія достатньо чітко прослідковується при розгляді специфіки репрезентації концептів “чоловічого” та “жіночого” в англійській фразеології.

Не дивлячись на свою значущість, фразеологічні фонди мов найменш досліджені у вітчизняній гендерології [9, с.3].

На думку А.В. Кириліної, в найзагальнішому плані дослідження гендеру в мовознавстві стосується двох груп проблем:

1. Мова і відображення у ній статі. Мета такого підходу полягає в описі і поясненні того, як маніфестується в мові наявність людей різної статі (досліджуються в першу чергу номінативна система, лексикон, синтаксис, категорія роду і т. П.), які оцінки приписуються чоловікам і жінкам, і в яких семантичних областях вони найбільш помітно / чітко виражені.

2. Мовна і в цілому комунікативна поведінка чоловіків і жінок, де виділяються типові стратегії і тактики, гендерно специфічний вибір одиниць лексики, способи досягнення успіху в комунікації, переваги у виборі лексики, синтаксичних конструкцій тощо – тобто специфіка чоловічого і жіночого мовлення.

Всі лінгвістичні дослідження гендеру взаємозумовлені і взаємодоповнювані, проте можна виділити кілька основних напрямків розвитку лінгвістичної гендерології в мовознавстві:

- соціо-та психолінгвістичні,
- лінгвокультурологічні,
- комунікативно-дискурсивні [9].

У працях О. Горошко, Н. М. Галунової [10]; Н. Куликовської [11]; Ю. Андрійченко [12] та ін. розглянуто гендерну маркованість мовних одиниць. Дослідженням російської фразеології з точки зору гендерних особливостей займалися такі вчені як А.В. Кириліна, В.Н.Телія, Д.Ч.Малишевська, А.М.Емірова [9, 13, 14, 15], англійські ідіоми з точки зору гендерної маркованості вивчали І.В.Зикова, А.П.Мартинюк, О.А.Васькова [6, 16, 17].

Варто відзначити монографію Вероніки Телії, у якій міститься розділ, де відображено культурний концепт «жінка» у російській фразеології. Авторка аналізує ряд характерних для щоденного російського менталітету поглядів на жінку, більшість з яких пов'язані з її фізіологічними та інтелектуальними здібностями, оскільки в них начебто запрограмовані характерологічні основи культурно-національної інтерпретації для інших параметричних ознак даного концепту. У процесі дослідження В.М. Телія формулює такі висновки: 1) для російської побутової самосвідомості не характерне сприйняття жінки як слабкої статі та протиставлення її сильній статі; 2) базовою для всіх фразеологізмів, що характеризують жінку як сексуального партнера, є гастрономічна метафора «жінка – ласий шматок»; 3) у християнізованій російській культурі існує стереотип жінки-домосідки; 4) особливого значення набуває тема моральності жінки, розгляд якої показує, що у фразеології відображаються риси, традиційні для щоденної поведінки жінки – це безсоромне порушення моральних канонів, згідно з якими їй відводиться роль чесною дівчини, а потім – вірної дружини; 5) контрадикторність концепту жінка не своєму контрагенту – концепту чоловік, а за багатьма концептуальними основами людини, як такої, яскравіше за все проявляється у культурно-національних конотаціях, характерних для образних основ фразеологічних засобів позначення інтелектуальних

здібностей жінки. У побутовій свідомості жіночий розум протиставлений чоловічому як розум «недолюдський» [14].

Д.Ч. Малишевська звертає увагу на цікаву закономірність, помічену під час мовного матеріалу гендерної тематики. Так, для жінок практично будь-яке порівняння з чоловіком позитивне за своєю суттю і, як правило, несе позитивну оцінку. Навпаки, для чоловіків будь-яке порівняння з жінкою має очевидну негативну оцінку [13].

Н.М. Морозова вважає, що гендерна стратифікація суспільства породжує певний соціальний антагонізм між чоловіками та жінками. Жінки майже в усі епохи були витіснені із системи чоловічого суспільного виробництва у жіночу домашню сферу. Для чоловіків сімейні відносини залишаються на рівні часткового, їм не доводиться жертвувати своїм суспільним життям. Отже, виявляється, що метафора статі виконує роль культурно-формуючого фактору [18].

А.В. Кириліна досліджувала гендерні стереотипи у російському та німецькому фразеологічних фондах. За багатьма параметрами, як відзначає автор, відображення гендерних стереотипів у двох мовах має певні спільні риси: першим за ступенем важливості належить відзначити андроцентричність (орієнтацію мови на дефініції та оцінки, які виробляються з погляду чоловіків); нижча оцінка жінки як у російській, так і в німецькій мовах; в обох мовах жінка виступає як об'єкт дії, предмет споживання; позитивні характеристики жінок в основному відносяться до сфер, де вони виявляються корисними для чоловіків. Хоча порівняння релевантних образів дає підставу говорити про певні відмінності щодо картин світу німецької та російської мов [9].

А.П. Мартинюк до фразеологічних засобів конструювання гендеру (ФЗ) зараховує фразеологічні словосполучення і зв'язаним значенням одного з компонентів та ідіоматичні фразеологічні словосполучення. Значення ФЗ трактується як інференційне значення про означуване ФЗ, тобто прототипову особу чоловічої чи жіночої статі, а також концептуальний зміст категорії маскуліності й фемінінності, метафорично асоційований з означуваним ФЗ у колективній свідомості англійського соціуму. Інференційне знання про означуване структуроване не тільки на підставі мовного компонента – знання мовних конвенцій, але й немовного – наукового, релігійного, історичного, міфологічного, соціокультурного тощо знання про властивості означуваного [16].

Крім того, дослідники гендерної проблематики в лінгвістиці все частіше вказують на наявність такої характерної ознаки, як антропоцентричність. Про це свідчать наукові розробки Н. Арутюнової, О. Горошко, М. Яцимірської, І. Халєєвої, А. Залевської, Л. Синельникової, Ю. Апресяна, О. Холода, І. Левонтіної, О. Каменської та ін. Зокрема, М. Яцимірська називає антропоцентризм у сучасній лінгвістиці «людино-орієнтованим» підходом до дослідження мовних явищ, який зближує цю науку з багатьма іншими галузями знань, де людину розглядають як «глибинний центр» дослідницької програми [19]. Таке наукове спрямування є надзвичайно співзвучним із журналістською діяльністю, із журналістикознавством загалом, бо саме людина перебуває в центрі уваги інформації про суспільство, його розвиток і перспективи. Учені доводять, що мова наскрізь антропоцентрична, будучи одномоментно і засобом, і результатом передачі прийнятих у суспільстві настанов.

Розділ 2. Репрезентація гендеру в англійській фразеологічній картині світу.

Фразеологія є однією з найцікавіших лінгвістичних дисциплін, яка викликає

інтерес не тільки філологів, а й усіх тих, хто цікавиться історією, культурою певного етносу.

Як відомо, фразеологізми та ідіоми будь-якої мови несуть у собі всю широту народної думки, досвід поколінь, що накопичується століттями. Даний матеріал, як ніщо інше, яскраво репрезентує стереотипи гендерності, закладені у внутрішній формі фразеологічних одиниць. Адже гендерний аспект в вираженні фразеологізмами (в даному випадку еквівалентними слову або словосполученню) інтелектуальних якостей осіб жіночої статі є дуже поширеним мовно-мовленнєвим явищем.

Фразеологічний фонд надає великі можливості для дослідження гендеру, що привносить нові аспекти у вивчення даного фонду. Нове знання виявляється можливим завдяки активному застосуванню лінгвокультурологічних підходів і методів когнітивної лінгвістики. Стійкі вирази, що містять гендерний аспект, складають дуже цікавий і важливий пласт пареміологічного і фразеологічного фонду будь-якої мови, хоча і незначний. Цей фонд на сьогоднішній день є актуальним предметом вивчення в лінгвістиці і дозволяє простежити ступінь чоловічого або жіночого домінування, виявити пережитки патріархальних стереотипів тощо.

Одна з перших спроб визначення способів реєстрації гендерного компонента в англійських ідіомах здійснена О.В. Куніним, який вважав, що в семантичній структурі фразеологізму можуть бути виділені граматичні семи – мікроелементи та мікроелементи граматичного значення. До мікроелементів граматичного значення належать категоріальні семи найбільш узагальненого граматичного значення, наприклад, семи, що означають дію, предметність, стан. До мікроелементів належать, наприклад, семи що позначають число, рід, відмінок, дійсний та недійсний способи [20].

Із погляду гендерних досліджень найбільш цікаві мікросеми, що позначають родову ознаку. Семи роду, як зазначає О.В. Кунін, бувають трьох видів: чоловічого, жіночого та середнього і можуть бути виражені як експліковано, так і імпліковано [20].

Однак такий підхід, по-перше, вводить в англійський мовний матеріал категорію роду, яка в англійській граматиці не базується на чітких родових відмінностях, і, по-друге, залишає нез'ясованим питання щодо належності гендерної маркованості англійських ідіом до їх структури чи семантики.

В якості маркерів гендера, як показало наше дослідження, можуть виступати структурні елементи – слова-компоненти фразеологізмів, що позначають особу чоловічої чи жіночої статі, або смислові компоненти у семантиці ідіом. Відповідно гендерно маркованим в англійських фразеологізмах може бути як план вираження, так і план змісту.

Отже, гендерний підхід відкриває нові можливості для дослідження фразеологічного фонду будь-якої мови та забезпечує розширення кордонів вивчення семантики ідіом за допомогою детальної обробки даних, отриманих внаслідок розглядання таких базових концептів культури, як чоловік і жінка. Однак особливу увагу потрібно звернути на труднощі, котрі можуть виникнути під час вивчення особливостей реалізації гендерного фактору у фразеології. Це зумовлене такими причинами: 1) семантичною ускладненістю ідіом. Ідіоми є продуктом особливого роду вторинної номінації, в процесах якої взаємодіють дві системи ознак – ознаки номінативного замислу та ознаки, які належать до метафоричного засобу його втілення [14]; 2) нейтралізацією граматичної категорії роду в фразеологічних

одиниць, що зумовлено їх складною семантичною структурою; 3) особливостями узгодження синтагматичного ланцюга в мовленнєвому акті, які проявляються в різних мовах по-різному; 4) відсутністю чітких критеріїв відбору фразеологічного матеріалу для дослідження гендерного фактору [6].

Різні підходи до відбору фразеологічного матеріалу для розглядання специфіки вираження та реалізації гендерного фактору розкривають особливості взаємодії та кореляції між гендерними маркерами плану вираження та плану змісту ідіом, а також порушується питання необхідності диференціації таких понять, як структурна гендерна маркованість, семантична гендерна маркованість і гендерна референція фразеологізмів.

Зауважимо, що існування кореляції між гендерною маркованістю структури ідіоми та гендерною маркованістю її семантики, дозволяє порушити питання про актуальність розгляду двох проблем: 1) яка семантична природа гендерного компоненту і як він формується у процесі фразеологізації; 2) яке місце займає гендерний компонент у семантиці ідіоми.

У цій праці ми дотримуємось концепції семантики ідіом, яка була розроблена В.М. Телією. Дослідниця пропонує розглядати значення ідіом у вигляді ієрархічно впорядкованої моделі, представленої у вигляді макрокомпонентів, що утворюються семантичними примітивами – семантично крайніми складниками [14]. Виділяються такі основні макрокомпоненти семантичної структури ідіоми: 1) дескриптивний компонент, який відповідає за співвіднесеність позначення ідіоми до позначення нею дійсності, тобто за об'єктивний зміст, який відображається у значенні фразеологізму. Дескриптивний макрокомпонент описує тільки логіко-понятійний аспект дійсності та відображає обсяг лексичного поняття; 2) оцінний макрокомпонент, який відображає інформацію щодо цінності позначуваного ідіоми, яка визначається з позиції деякої середньої мовної особистості (за Ю.М. Карауловою) відповідно до ціннісно зорієнтованої шкали стереотипів, прийнятої у картині світу даної національно-культурної спільноти; 3) мотиваційний макрокомпонент, який позначає образ, адекватний можливому стану справ у реальному світі або неадекватній дійсності, що належить її ірреальному уявленню. Мотиваційний макрокомпонент співвідноситься з тим феноменом, який прийнято називати мотивом переосмислення значення словосполучення, або його образно-мотивуючою основою; 4) емотивний макрокомпонент значення, який об'єднує у собі інформацію, яка містить відомості щодо емотивного забарвлення значення ідіом. Зазначимо, що під емотивністю розуміється здатність мовних сутностей семантично відображати емоціональне за своєю основою та соціально усвідомлене почуття-ставлення до позначеного, що виражається у діапазоні схвалення чи несхвалення. На думку В.М. Телії, емотивний макрокомпонент фразеологічного значення є свого роду кульмінацією власне смислової інформації. Саме емотивний компонент, відзначає Вероніка Телія, який має форму модальної рамки, подвоює суб'єктивний фактор, що додається до денотації у вигляді оціночного й емотивного відношення. Ця подвійність і посилює виразність значення ідіом, надає йому експресивного забарвлення [14].; 5) стилістичний макрокомпонент значення відіграє подвійну роль: нормативно регламентує вибір фразеологізмів і водночас, указуючи на соціально-рольові взаємовідносини комунікативів, сприяє посиленню (або дисонансу) емотивної модальності; 6) граматичний макрокомпонент значення – це сукупність усіх відомостей про фонетичні, морфологічні та синтаксичні форми фразеологічних

одиниць та про зміст цих форм.

Використовуючи дану модель, І.В. Зикова висуває гіпотезу про можливість виділення ще одного, гендерного макрокомпонента у семантиці фразеологізмів, який накладається на дескрипцію та сприяє адекватному відображенню ідіомами культурних концептів фемінінності та маскулинності, зокрема їх мовному вираженню, а також розкриває їх неоднаковий вплив на концептуалізацію гендера у свідомості носіїв мови [6]. Гендерний компонент взаємодіє з рештою макрокомпонентів у семантиці ідіоми. Він може бути присутнім у дескрипції, виявляючись на основі знання емотивного й оціночного макрокомпонентів. Складність аналізу полягає у тому, що він може бути «розсіяним» по інших макрокомпонентах фразеологічного значення у випадку відсутності у дескрипції експлікованої теми, яка вказує на денотата чоловічої або жіночої статі. Вважаємо, що навіть за таких обставин можна встановити роль гендерного компонента у формуванні семантики ідіом за допомогою аналізу оціночного, образно-мотиваційного, емотивного та інших макрокомпонентів фразеологічного значення, тобто за допомогою розкриття різних механізмів імпліцитної реалізації гендеру у значенні фразеологізму.

Дане дослідження проводилось методом картрування фразеологічного поля з метою встановити, яким чином гендерний фактор відображений в англійській фразеології. Ми звузили об'єкт дослідження, аналізуючи лише ті ідіоми англійської мови, до складу яких входить колоронім¹. Також за межі нашого дослідження ми вивели фразеологічні одиниці, в яких неможливо виявити гендерну ознаку.

Важливо розрізняти граматичну статтю від природної. Природна стаття – це просто біологічна стаття людини, тварини чи персонажа. Граматичний рід – це спосіб класифікації іменників. Але це не завжди збігається з "природною статтю" людини або предмета, що описується. Граматична категорія роду є флективною категорією, котра тісно пов'язана з гендерним маркуванням у тому сенсі, який прийнятий нами, і іноді навіть замінює справді словотворчі засоби, як у випадку з гендерною конверсією.

Таким чином, гендерна маркованість англійської фразеології – явище винятково лексико-семантичне, тобто в якості маркерів гендера можуть в першу чергу виступати лексеми, що позначають особу чоловічої чи жіночої статі або змістові компоненти в семантиці фразеологізму.

Отже гендерно маркованими в англійських ідіомах можуть бути як план вираження, так і план змісту. Наявність гендерного маркера в плані вираження фразеологізму є, на нашу думку, досить важливою ознакою (особливо для англійської мови, оскільки в ній відсутня категорія роду), яка зумовлена складнішою порівняно зі словами структурною організацією фразеологічної одиниці. Даний факт дозволяє зробити висновок, що чим складніше мовне утворення, тим різноманітніші шляхи, завдяки яким можна представити один із компонентів прагматичної інформації, а саме гендерний компонент.

Фактичний матеріал дослідження показав, що репертуар лексем, які є гендерними маркерами плану вираження ідіом, може бути представлений трьома основними групами: 1. Антропометричні лексеми (семантичною домінантою яких є

¹ Колоронім – лексема на позначення кольору, від лат. *color* – колір, гр. *onima* – ім'я

ознака статі). 2. Терміни спорідненості. 3. Антропонімічні лексеми (власні назви) [21, с. 152].

Перша група може представляти закриті системи гендерних опозицій: *girl – boy, woman – man, lady – gentleman* тощо. В кожній гендерно опозиційній парі маркерів окрім домінантної ознаки статі можна також виділити ряд мікроознак, які, з одного боку, відрізняють ту чи іншу опозицію від решти, а з іншого боку, можуть об'єднувати гендерно протиставлені лексеми в підгрупи. Наприклад за віковою ознакою в одну підгрупу можна включити такі парні лексеми: *boy – girl, man – woman*; за ознакою благородного походження: *lady – gentleman* тощо. Також серед лексем першої групи ми виявили непарні лексеми, що позначають осіб або жіночої: *Miss, mare, whore, witch* або чоловічої статі: *knight, prince, pope, priest, friar, admiral*². Як видно з наведених прикладів лексеми на позначення чоловічої статі носять нейтральний або позитивний характер, що ж до лексем для позначення жіночої статі є й такі, які привносять в ідіому негативну семантику: *mare – кобила, whore – шльондра, witch – відьма*.

Серед лексем, які позначають терміни спорідненості, ми виявили лише дві, обидві на позначення осіб жіночої статі: *mamma, mother*. Цікавим є той факт, що навіть така “невинна” лексема як *mamma – (дiт. мама)* має негативну конотацію: *red hot mamma – сексбомба*.

Слід зазначити, що такі лінгвісти як В.Н.Телія, Д.Ч.Малишевська, А.М.Емірова також вказують про невідповідність характеристик чоловіків та жінок у фразеології, зокрема російської мови [14, 13, 15]. Отже, можна погодитись із тезою Д.Ч.Малишевської стосовно інтернаціональної ідеї про жіночу недосконалість [13, с. 183].

Щодо гендерних маркерів, які відносяться до антропонімів, ми виявили наступні: *Jack, Peter, Sam, Jones, Robinson; Maria, Mary, Betty, Bess, Gretna*.

Гендерні маркери, які відносяться до антропонімів, є відкритою системою гендерних опозицій, оскільки, по-перше, допускають заміну того чи іншого імені, зумовлену та виправдану комунікативною ситуацією, а по-друге, репертуар власних імен може бути розширеним та доповненим у зв'язку з появою нових видатних особистостей у різних сферах суспільної діяльності [13, с. 184].

Базою для нашого аналізу стали словники “Longman Dictionary of English Idioms” (1996), “Longman American Idioms Dictionary” (1999), “Большой англо-русский фразеологический словарь” (1998), “Англо-український фразеологічний словник” (1969), які містять більше 4500, 4000, 20 000 та 35 000 ФО відповідно, і складені з врахуванням норм політичної коректності [22, 23, 24, 25].

Фразеологічний матеріал для нашого дослідження був отриманий шляхом суцільної вибірки гендерно релевантних фразеологізмів на основі таких критеріїв: формального – відбирались фразеологічні одиниці, які містили іменник, займенник або власну назву особи чоловічої або жіночої статі; семантичного – відбирались фразеологізми, внутрішня форма яких вказувала на особу певної статі; стилістична помітка, що вказувала: до особи якої статі відносяться фразеологічні одиниці.

Таким чином, ми відібрали 67 фразеологізмів (див. Таб. 1), з яких 44 називають чоловіків і лише 23 – жінок. І це також дозволяє зробити висновок, що до

² Лексеми на позначення професій, посад, військових звань можна виносити в окрему групу гендерних маркерів.

непропорційності представлення чоловічих та жіночих найменувань у фразеологічному фонді англійської мови, а також про наявність в мовній системі “антижіночої” асиметрії, яка відображає та відтворює характерні для даної культури гендерні стереотипи. Відомо, що кількість номінацій концепту в мові прямо пропорційно його культурній значимості для даного народу.

Таблиця 1

Гендерна репрезентація колоронімів англійської фразеології

Колоронім	Чоловічий маркер			Жіночий маркер			Разом	
	+ ³	- ⁴	* ⁵	+	-	*		
Black	0	3	9	0	0	1	13	
Blue	1	0	7	0	2	0	10	
Red	Red	0	1	7	1	1	1	11
	Scarlet	0	0	0	0	1	0	1
	Blushing	0	0	0	2	0	0	2
	Bloody	0	0	0	0	0	1	1
	Milk and roses	0	0	0	1	0	0	1
White	3	0	1	1	1	1	7	
Blonde	0	0	0	0	0	2	2	
Green	0	2	2	0	0	1	5	
Yellow	0	0	3	0	0	0	3	
Golden	0	0	0	1	0	0	1	
Brown	0	0	2	0	0	3	5	
Bright	1	1	0	0	0	0	2	
Grey	0	0	1	0	1	0	2	
Pearl	0	0	0	0	0	1	1	
Разом	5	7	32	6	6	11	67	
	44			23			67	

З точки зору оцінки, яка приписується особам чоловічої та жіночої статі, в так званих чоловічих та жіночих групах є (майже однакова кількість!) як позитивно, так і негативно конотативні вирази. Наприклад, стосовно жінок ми виявили такі ідіоми: *a golden girl* – кумир, *mother of pearl* – перламутр (позитивні конотації); *blue stocking* – синя панчоха, *scarlet whore* – шльондра, *white slave* – проститутка (негативні конотації) тощо. Групи з референтами чоловіками також нараховують позитивні та негативні за значенням ФО: *white-headed boy* – любимчик, *bright boy* – молодець, *white man* – порядна людина, *green men* – легендарні жителі лісів (позитивні конотації); *admiral of the red* – п’яниця з червоним обличчям, *old gentleman in black* – сатана, *green goods man* – фальшивомонетник, *knights of the green* – картяр (негативні конотації) тощо.

Отже, найчастотнішим чоловічим кольором є *чорний* (12 випадків вживання), жіночим – *червоний* (8 випадків вживання); найбільш позитивним чоловічим кольором є *білий*, а жіночим – *червоний*, найбільш негативним для чоловіків виявився – *чорний*, а для жінок – *синій*.

Символічні аспекти семантики колірних концептів сягають своїм корінням до колірних символів із попередніх прошарків культури. Так, дослідження В.У.Тернера

³ Позитивна характеристика

⁴ Негативна характеристика

⁵ Нейтральна характеристика

[26, с. 77] продемонстрували, що в примітивних спільнотах переважали колірні уявлення, побудовані на своєрідній діхотомії відчуття кольору, яка, на думку автора, складає трьохчленну класифікацію, і є її окремим випадком. В уяві носіїв примітивних культур, основними кольорами були чорний, білий та червоний, в сукупності своїй символізували ритуал ініціації. По суті, колірна тріада – це архетип людини як процес переживання насолоди та болю, а її символіка, таким чином, похідна від фізіологічного досвіду. Як бачимо, семантика кольору, в цьому сенсі, слугує доказом антропометричності концептуальної і, відповідно мовної картини світу. Як символічні, так і емотивно-оціночні компоненти семантики полярних білого і чорного кольорів були в більшості випадків однозначні, а сучасна традиційна символіка і емотивно-оціночна семантика білого та чорного кольорів “успадковані” з минулих культур практично без змін.

Винятково цікавим є і той факт, що саме в біло-чорно-червоній гамі виконані найдревніші із відомих археологам наскальні малюнки, що відносяться до епохи верхнього палеоліту (230-40 тисяч років до нашої ери).

Також, біло-чорно-червону тріаду ми знаходимо в середньовічній Європі – в “Божественній комедії” Данте. У творі представлена та ж магічна колірна тріада, однак на неї екстрапольовані колірні уяви з християнської символіки. Людина долає три колірні ступені біля воріт Чистилища: білий, що символізує невинність немовляти; червоний: спочатку багряний /червоний з відтінком чорного/ – символ грішного життя; потім власне червоний, що символізує кров, яка “відбілює”, очищає від гріха; білий, який набуває відтінок сіяння – гармонічне злиття всіх решти кольорів.

Наше дослідження не суперечить загальноприйнятій негативній характеристиці чорного кольору. Серед 14 випадків вживання цього кольору – жодної позитивної конотації ні для чоловіків, ні для жінок. Чорний колір означає зло, страждання, нещастя, смерть, хвороби, чаклування. Порівняйте: *back man* – злий дух, сатана, *gentleman in black* – диявол, *black shirt* – фашист тощо.

Як видно з таблиці 1, найхарактернішим жіночим кольором в англійській фразеології є червоний (*red*) [27], який представлений деякими відтінками чи синонімічними лексемами, нехарактерними для позначення чоловіків (*scarlet lady* – проститутка, *bloody Mary* – кривава Мері, *blushing is virtue's colour* – сором'язливість – ознака дівочої скромності, *milk and roses* – кров з молоком (про колір дівочого обличчя). Також червоний за В.У.Тернером – це жіночий колір, так як він в першу чергу асоціюється з вогнем, а саме жінка є берегинею домашнього вогнища у всіх давніх народів. За даними І.Кардигос, середньовічний образ червоного кольору на білому фоні є втіленням абсолютної краси. Також багряний колір здавна символізував відчайдушне самозабуття, пристрасть, кохання. Відтак незайманості та невинності в цьому було мало – червоні сукні, як правило, носили куртизанки, відповідно у фразеології – *a red hot mamma* – сексбомба. Червоний колір у класифікації В.У. Тернера був амбівалентним: з одного боку, він був направленим до життя, з іншого – до смерті, але в обох випадках співвідноситься з кров'ю [26, с. 82].

Червоний колір вважається кольором богів, царів, військових начальників і є кольором сили, енергії, полювання. У фразеологізмах з референтом чоловіком: *red coat* – англійський солдат, *red hat* – кардинал, *red man's fire* – вогнище по-індійськи тощо.

Не дивно, що характерним жіночим негативним колоронімом є *blue*. Й.В.Гете

вказував, що колір, який стоїть найближче до мороку – синій. Прослідковуючи походження назв кольорів *black* та *blue*, впадає в око і звукова подібність даних слів давньоанглійської мови: *black* - з АС *blæk* (*blac*); *blue* - з АС *blæw*. Також деякі психологічні тлумачення даних кольорів спільні. Як чорний, так і синій можуть означати ніч, похмурість.

Слід зазначити, що значна кількість ідіом з елементом кольоропозначення характерних для чоловіків має історичне підґрунтя: *black shirt* – фашист, *blue coat* – солдат північної армії у війні 1861-1865рр., *knights of the White Camelia* – прізвисько ку-клус-кланівців, *the black Pope* – прізвисько голови єзуїтського ордену тощо. Фразеологічні одиниці, які несуть подібне навантаження з жінкою референтом, не характерні для англійської мови (лише 2 одиниці): *black Maria* – німецький димовий снаряд, *scarlet woman* – римо-католицька церква. Щодо предметів загального вжитку, то тут частотність чоловічих та жіночих відповідників приблизно однакова: *brown Betty* – хлібний пудинг, *the Miss white* – жіночий туалет; *black Jack* – високий кухоль для пива, *yellow boy* – золота монета, *yellow man* – жовта шовкова хустинка.

Висновки

Отже, визначаємо гендер як такий ідеологічний конструкт, який акумулює уявлення про те, що означає бути чоловіком або жінкою в певній культурі, нелінгвістичну категорію, котра має мовні способи актуалізації.

Гендерно марковані та немарковані фразеологізми дуже корисні при аналізі представлення гендеру в текстах, оскільки позначені слова є тими, яким присвоюється менша престижність, ніж стандартній формі слова. Гендерну нерівність можна дослідити з соціологічної точки зору, однак конотації слів можуть проілюструвати цю нерівність та подвійні стандарти між чоловіками та жінками.

Вивчення нами гендерних компонентів на матеріалі фразеологічних одиниць, дає підставу стверджувати, що семантичну їх основу складають стереотипно-асоціативні одиниці, котрі у свідомості представлені як суспільна діяльність та характеристика образів обох статей.

Хоча наше дослідження і вказує на певну асиметрію у фразеологізмах англійської мови, воно не дає повної картини відображення гендерних відношень, оскільки кількість гендерно значимих одиниць у межах досліджуваного матеріалу незначна.

Вивчення гендерно маркованих фразеологічних одиниць англійської мови з елементом кольоропозначення сприяє виявленню культурних констант, загальноприйнятих уяв та оцінок, що стоять за ними, а також ядерних та периферійних областей, визначення яких є допоміжним засобом для повноцінного та всеохоплюючого відображення, розкриття гендерної картини світу.

Список використаних джерел

- [1] Corbett G. G. Number of Genders. *The World Atlas of Language Structures Online*. Leipzig : Max Planck Institute for Evolutionary Anthropology. 2013.
- [2] Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / пер. с нем. под ред. Г. В. Рамишвили. Москва, 1984. 397 с.
- [3] Tannen D. You just don't understand. *Women and men in conversation*. New-York, 1990.
- [4] Словарь гендерных терминов / под ред. А. А. Денисовой. Москва : Информация XXI век, 2002. 256 с.
- [5] Lakoff R. T. *Language and Women's Place : text and commentaries* / Mary Bucholtz (Ed.). Oxford, 2004. 310 p.

- [6] Зыкова И. В. Способы конструирования гендера в английской фразеологии. Москва : Едиториал УРСС, 2003. 232 с.
- [7] Ставицька Л. О. Мова і стаття. *Критика*, 2003. № 6. С. 29-34.
- [8] Хрестоматия феминистских текстов. Переводы / под ред. Е. А. Здравомысловой, А. А. Темкиной. Санкт-Петербург : Издательство "Дмитрий Буланин", 2000. 304 с.
- [9] Кирилина А.В. Гендер: лингвистические аспекты. Москва : Институт социологии РАН, 1999. 189 с.
- [10] Горошко О. І., Галунова Н. М. Гендерно маркована лексика. *Учѐные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология»*. 2006. №19 (2). С. 99-102.
- [11] Куликовська Н. І. Модальність гендерно маркованих фразеологічних одиниць ті їх місце і роль в системі мови. *Література та культура Полісся*. Ніжин, 2006. Вип. 33. С. 55-64.
- [12] Андрійченко Ю. В. Жінка як втілення лиха і нещастя в мовній картині світу: лінгвопрагматичний аспект. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики* : збірник наукових праць. Київ, 2013. Вип. 24. С. 20-25.
- [13] Малишевская Д. Ч. Базовые концепты культуры в свете гендерного подхода (на примере оппозиции «Мужчина/Женщина»). *Фразеология в контексте культуры*. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1999. С. 180-184.
- [14] Телия В. Н. Русская фразеология в зеркале национального менталитета. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1996. 290 с.
- [15] Эмирова А. М. Гендер в зеркале русской фразеологии. *Культура народов Причерноморья*. 2002. № 36. С. 210-212.
- [16] Мартинюк А.П. Конструювання гендеру в англomовному дискурсі. Харків : Константа, 2004. 292с.
- [17] Васькова О. А. Гендер как предмет лексикографического описания: на материале фразеологии: дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2006. 177с.
- [18] Морозова Н. Н. Гендерные проблемі во фразеологии. Фразеология и миропонимание народаю Фразеологическая картина мира. Тула : Изд-во Тульского государственного университета им. Л. Н. Толстого, 2002. Ч. 1. С. 221-228.
- [19] Яцимірська М. Мова сучасної української преси: стан і тенденції розвитку. *Вісник Львівського національного університету*. 2002. Вип. 22. С. 48-54.
- [20] Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. Дубна : Феникс+, 2005. 488с.
- [21] Зыкова И. В. Специфика гендерной маркированности английских идиом. *Гендер: язык, культура, коммуникация. Доклады 2-ой международной конференции*. Москва, 2001. С. 150-159.
- [22] Англо-український фразеологічний словник / ред. К. Т. Баранцева. Київ : Радянська школа, 1969. 1052с.
- [23] Большой англо-русский фразеологический словарь: около 20 000 фразеологических единиц. Москва : Живой язык, 1998. 944 с.
- [24] Longman Dictionary of English Idioms. London : Longman, 1996. 388 p.
- [25] Longman American Idioms Dictionary. London : Longman, 1999. 402 p.
- [26] Тернер В. Символ и ритуал. Москва, 1987. 134с.
- [27] Humeniuk I. Philosophy of red color: linguistic and extralinguistic aspects. *Wisdom*. Erevan. 2020. Vol. 15. Issue 2. pp. 188-198.