

**Янчук К. О.,**

Національний університет "Острозька академія"

## МОВНА ОБ'ЄКТИВАЦІЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ (НА ПРИКЛАДІ КОМПАРАТИВНОЇ ФРАЗЕОЛОГІЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ)

*У статті розглядаються найбільш поширені в суспільстві гендерні стереотипи а також їх мовна об'єктивація на прикладі усталених порівнянь німецької мови. Досліджується також вплив цих стереотипів на людське мислення та світосприйняття.*

**Ключові слова:** гендер, стереотип, компаративна фразеологічна одиниця, маскулінне, фемінінне.

*The article deals with the most common gender stereotypes existing in the society and their language objectification in fixed comparative units of German language. The influence of these stereotypes on human thinking and perception of the world is also covered.*

**Keywords:** gender, stereotype, comparative phraseological unit, masculine, feminine.

Останнім часом в науці все більше уваги приділяється саме антропоцентричному підходу, зокрема і в лінгвістиці. **Актуальним** залишається вивчення співвідношення мови та мислення, тобто вираження ідей, уявлень та думок людини засобами мови, зокрема й засобами фразеології як невід'ємного компонента мовної картини світу того чи іншого народу.

Запропоноване дослідження має за **метою** 1) окреслити поняття гендерного стереотипу, який аксіологічно впливає на поведінку людини в суспільстві; 2) визначити найпоширеніші стереотипи маскулінного і фемінінного, які функціонують в сучасному суспільстві; 3) розглянути мовну об'єктивацію цих стереотипів засобами компаративної фразеології німецької мови.

Дослідження гендерних питань у лінгвістиці в головним чином зводиться до вивчення та усвідомлення того, який зміст ми вкладаємо в категорії маскулінності і фемінінності, що в них спільне, а що – відмінне та яким чином ця взаємодія відображається у мовній картині світу. Цей зміст є результатом ментальної діяльності людини, а отже, може варіюватись залежно від культурного і національного чинника. Культури і мови завжди мають щось універсальне, спільне, типове для того чи іншого предмета чи образу, певні характеристики повторюються, формуючи таким чином уявлення, які починають вважатися певним еталоном, взірцем, тобто, стереотипами. Дослідженнями гендерних стереотипів займалися такі науковці, як А. В. Кириліна, О. Л. Бессонова, О. С. Бондаренко, В. Зикова, Т. А. Клименкова, В. П. Агеева, Т. І. Власова, та інші.

Поняття стереотипу ввів Уолтер Ліппман, американський журналіст та письменник, у своїй праці “Громадська думка” у 1922 році. У. Ліппман стверджував, що, розглядаючи думку групи людей, можна заплутатись, якщо не відрізнити суто інстинктивний склад свідомості від стереотипів та моделей, які відіграють важливу роль у побудові ментального світу, до якого розум має пристосуватись і на який він повинен реагувати [5, с. 106].

Вивченням стереотипів зацікавилися такі науки, як психологія, соціологія, когнітологія, соціолінгвістика, лінгвістика. Найбільш яскраво вираженими стереотипами в суспільстві є, безумовно, гендерні стереотипи, вивчення яких активно розпочалось із розвитком такого напрямку, як фемінізм. Донедавна дослідження гендерних стереотипів було практично головним, ключовим завданням гендерних студій. Під гендерними стереотипами ми розуміємо загальноприйняті уявлення про норми поведінки чоловіка та жінки у суспільстві, про їх соціальні ролі, які знаходять своє вираження в мові і несуть в собі як негативну, так і позитивну конотацію. На думку А. В. Кириліної, гендерні стереотипи – це “культурно та соціально зумовлені погляди та пресу-позиції про якості, атрибути та норми поведінки представників обох статей та їх відображення у мові” [3, с. 98].

Існує декілька підходів до вивчення атрибутів маскулінності та фемінінності. Так, представники феміністичного напрямку об’єктом дослідження обрали лише жінку. На нашу ж думку, ізольоване вивчення лише чоловіка або лише жінки є дослідницьки вразливим, оскільки ці дві категорії, хоча і вважаються в багатьох аспектах полярними, все ж є комплементарними, тому розгляд лише однієї з категорій є недоцільним.

З огляду на це стереотипи маскулінності та фемінінності розглядатимемо паралельно, розділивши на три підкатегорії: 1) ті, що пов’язані з уявленнями про зовнішність; 2) ментальні здібності та риси характеру; 3) стереотипізовані соціальні ролі чоловіків та жінок.

Впродовж тисячоліть людство чітко сформувало стійкі уявлення про те, якими повинні бути ідеальні чоловік та жінка. Чи не найпершою характеристикою, яка спадає на думку при спробі уявити собі еталон тієї чи іншої статі, є зовнішній вигляд, а саме статура, риси обличчя, манера одягатись. До всього цього в суспільстві випрацювались досить чіткі вимоги, і якщо людина не відповідала хоча б одній з них, вона вважалась недосконалою. Найпоширенішим стереотипом є той, що красою повинна бути насамперед жінка – для жінки зовнішність виявилася набагато важливішою, ніж для чоловіка. Одразу ж це знайшло своє відображення в мові, зокрема у фразеології. Так, у німецькій мові своєрідним еталоном краси вважається проста сільська дівчина: *jmd (sieht aus) wie eine Landpomeranze*. В українській мові – як *рожа, як маків цвіт*.

(Взагалі, досить типовим є порівняння дівочої вроди з квітами, які можна назвати своєрідним світоглядним еталоном поняття “краса”, напр. *gar-na як квітка навесні*). Гарну дівчину в німецькій фразеології порівнюють також з квітучим, вічним життям: *aussehen wie das blühende / ewige Leben*, або з піоном, як у виразі *jmd sieht aus wie eine Pfingstrose*. Отже, як бачимо, визнання жіночої вроди не несе в собі жодної негативної конотації і сприймається як належне у суспільстві. Однак, як вірно підмічає А. М. Архангельська на прикладі чеської мовної картини світу, одиниці-маскулінізми, завданням яких є номінація краси, абсолютної довершеності, привабливості чоловіка, несуть пейоративне навантаження, оскільки першопочатково могли вживатися в дещо іронічному значенні: “В скаді ономасіологічної парадигми “вродливий чоловік” представлені ФО, ономасіологічною базою яких стала попередня семантична еволюція одного з компонентів у напрямку узагальнення семантики, а внаслідок її символізації *античні боги* символізують собою абсолютну довершеність зовнішності чоловіка, *квітка та лялька* є втіленням поняття про красу, але в багатьох мовах досить часто жіночої (саме тому значення таких ФО “красунчик” може потенційно вживатися в іронічному значенні)” [1, с. 429]. Яскравим прикладом негативної конотації є слово *мачо*, запозичене з іспаномовної культури, яке досить часто використовується для висміювання вродливого, зосередженого на своїй сексуальності чоловіка, напр. ФО *sich wie ein Macho verhalten* (букв. поводити себе як мачо, перебільшувати свої чоловічі здібності) в німецькій системі стійких порівнянь. Проте не можна стверджувати, що в мові, як і в свідомості людей, жінка повинна бути гарною, а чоловік – ні. Так, наприклад, в німецькій мові плоскогруда жінка порівнюється з млинцем (*platt wie ein Pfannkuchen*), повна – з бочкою (або копицею сіна в українській системі номінацій) (*dick wie eine Tonne*). Дуже страшно, потворну жінку в німецькій культурі порівнюють з бісом чи його бабусею (*häslich wie der Teufel, aussehen wie des Teufels Großmutter*). Відхилення від еталонних уявлень про зовнішність, що є основою стереотипу, мовою оцінюється негативно.

У системі порівнянь щодо чоловіка найчастіше позитивною конотацією позначені такі риси, як гарна статура, широкі плечі, високий зріст. Зовнішній вигляд здорового та червонощогокого чоловіка у німецькій фразеології нагадує суміш крові з молоком (*aussehen wie Milch und Blut*), а широкоплечий порівнюється з шафою (асоціація за розмірами) (*ein Kerl wie ein Schrank*). Маскулінізми ж на позначення сухорлявого та дуже худого чоловіка містять асоціації з цвяхом (*dünn wie ein Nagel*), зі швом (*dünn wie ein Streich*) чи з трысогузкою (*mager wie eine Stelze*).

Ще одним, не менш цікавим аспектом дослідження гендерних стереотипів є мовна об’єктивація стереотипів, пов’язаних з ментальними здібностями та рисами характеру чоловіків та жінок. Вже досить давно в

суспільстві склалися традиційні уявлення про те, якими мають бути або звичайно є представники обох статей. Якщо говорити про жінку, то це обов’язково скромна, ніжна, стримана, покірна чоловікові, нерідко балакуча особа. Саме тому дівочу скромність порівнюють з фіалкою, надзвичайно тендітною квіткою в німецькій мовній картині світу (*bescheiden wie ein Veilchen*). Проводячи паралель з українською мовою, бачимо, що в німецькій також є відповідник – ФО роботяща як бджілка – *emsig/fleissig wie eine Biene*. (Цей факт ще раз підтверджує наявність спільних джерел вторинної номінації в обох мовах). Стереотип покірності, яку жінка повинна виявляти щодо чоловіка, та абсолютне домінування чоловіка Ю. В. Григоренко пояснює релігійними чинниками, а саме – ідентифікацією жінки з Євою, яка, спокусивши Адама, вчинила гріх. “У зв’язку з цим, церква визнала за необхідність викласти ряд вимог до жіночої моральності і сексуальності, адже джерелом жіночої гріховності постало саме її тіло. Воно представлялося втіленням зла та спокуси, тому його потрібно було соромитись і приховувати самій жінці. Єдине, чим виправдовувала православна церква, призначення жінки – це здатність до народження. Подружня вірність переросла в головну жіночу чесноту.” [2]. Саме тому сформувалося зневажливе ставлення до жінки, яка поводить себе надто відверто. В німецькій мові – слово *die Nutte*, що означає видра, або молода повія, входить до складу таких КФО як *sitzen wie eine (vollgeile) Nutte in Lauerstellung* (дуже непристойно сидіти), та *stinken wie eine Nutte* (тхнути дешевими парфумами). Якщо ж жінка, яка повинна у всьому коритись своєму чоловікові, показує свій норів, її порівнюють з козою (*sich aufführen wie eine Zicke am Strick*).

Набір рис, які суспільство приписує чоловікові, є прямо протилежними. В ідеальному уявленні чоловік – це мужній, чесний, надійний, сміливий захисник. Досить чітко цей стереотип проглядається у таких КФО як *sich als Mann bewähren/zeigen* (поводити себе як чоловік, виявити мужність), та *ein Kerl wie ein Baum* (сильний, кремезний чоловік). В українській мові сильний чоловік теж порівнюється з деревом (*міцний як дуб*).

“Слізливість, м’якість і т.п. вважаються атрибутами жіночої поведінки й розглядаються як неприпустимі для чоловіка” [4, с. 133]. Будь-яка референція з жінкою є принизливою. Недарма про людину, яка часто свариться, кажуть *лається як базарна баба*.

Найбільше контрверсій останнім часом викликають саме стереотипи, пов’язані з соціальними ролями, які виконують в суспільстві чоловіки та жінки. Саме цей аспект і став основною причиною обурення дискримінацією жінки в суспільстві, що дало поштовх такому ідеологічному напрямку, як фемінізм. Тривалий час у суспільній свідомості переважали погляди на те, що призначення жінки народжувати дітей та сидіти вдома, займатися господарством. Навіть отримання освіти вважалося

для жінки зайвим. Чоловік же повинен працювати, заробляти гроші щоб утримувати сім'ю. Феміністки почали відстоювати свої позиції з того, що домоглися права голосу для жінок, а згодом, і можливостей підійматись нагору кар'єрними сходинками. Все менше професій сьогодні вважаються суто чоловічими, а в деяких країнах чоловіки можуть брати декретну відпустку щоб, доглядати за дитиною.

Як бачимо, стереотипне мислення все ще досить глибоко вкорінене в свідомості людей, а отже, знаходить свою об'єктивацію в мові. Проте неважко помітити й негативні наслідки, спричинені таким мисленням. Стереотипи стримують та обмежують розвиток як чоловіків, так і жінок, нав'язуючи певні рамки, яких обов'язково слід дотримуватися. Декриптивні, аскриптивні та прескриптивні детермінанти маскуліності і фемініності ділять гендерні стереотипи на чоловіче і жіноче, ігноруючи можливість, наприклад, спільних рис характеру чи правил поведінки. У зв'язку з цим бачиться цікавим гендерний аспект взаємної транспозиції стереотипів. Це стане перспективою подальшого аналізу на матеріалі фразеологізмів компаративного типу.

### Література:

1. Архангельская А. М. Красавец-мужчина в чешской языковой картине мира // Грани слова: Сборник научных статей к 65-летию проф. В. М. Мокиенко. – М.: ООО “Издательство ELPIS”, 2005. – С. 423-432.
2. Григоренко Ю. В. Специфіка формування гендерних стереотипів [Електронний ресурс] <http://s-journal.cdu.edu.ua/base/2008/v3/v3pp152-153.pdf>.
3. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. – М., Изд-во “Инст-т социологии РАН”, 1999. – 180 с.
4. Кобякова І. К., Гема А. В. Лінгвокомунікативні аспекти гендерних конструктів (в англійських фразеологізмах) // Вісник Сумського державного університету. Серія “Філологія”. – 2007. – № 2. – С. 133 – 138.
5. Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой. – М.: Институт Фонда “Общественное мнение”, 2004. – 384 с.
6. Мізін К. І. Німецько-український фразеологічний словник (усталені порівняння) / К. І. Мізін. – Вінниця: Нова книга, 2005. – 304 с.