

ЛЮДМИЛА ПАВЛОВНА МУРАШОВА

кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков № 1

Кубанский государственный технологический университет
(Краснодар, Российская Федерация)

L-P-Murashova@mail.ru

СТЕРЕОТИПЫ ВОСПРИЯТИЯ ЖЕНЩИН В АНГЛИСТИКЕ XX–XXI ВЕКОВ: ПРОТИВОРЕЧИЯ И СУБЪЕКТИВНОСТЬ

А н н о т а ц и я . Актуальность работы определяется проблематикой, направленной на изучение роли языковых стереотипов в конструировании образа женщины, укоренившегося в общей социальной и культурной практике носителей английского языка. Целью статьи является анализ гендерного стереотипа как объекта лингвистического и когнитивного исследования, обобщение принципов и результатов рассмотрения гендерных стереотипов в англистике, а также оценка влияния стереотипного мышления на восприятие женщины. В соответствии с поставленными целями мы резюмируем исследования ряда зарубежных ученых, посвященные гендерным стереотипам, приводим с помощью их сопоставительного анализа общую характеристику рассматриваемой проблемы, а также доказываем противоречивость и необъективность стереотипного восприятия женщины в английском языке, вычлняя пары антонимических стереотипных женских и мужских качеств, отмечаемых различными учеными в разное время. Доказывая противоречивость и необъективность стереотипного восприятия, мы опираемся на совокупные результаты анализа семантики атрибутивно-номинативных словосочетаний с ядерной лексемой «woman», выполненного ранее, и лексемой «girl», представленного в статье, а также с учетом анализа семантики единиц вторичной номинации, выражающих стереотипные прототипические качества женщины. Исследование выполнено на материале текстов Британского национального корпуса английского языка и выборки из авторитетных лексикографических источников.

К л ю ч е в ы е с л о в а : гендер в языке, гендер в речи, гендерные стереотипы в языке, женщина в англоязычной лингвокультуре, стереотипы и объективность

Д л я ц и т и р о в а н и я : Мурашова Л. П. Стереотипы восприятия женщин в англистике XX–XXI веков: противоречия и субъективность // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2023. Т. 45, № 4. С. 75–84. DOI: 10.15393/uchz.art.2023.907

ВВЕДЕНИЕ

Восприятие гендера в языке и речи раскрывается через условно объективные определители понятий «мужчина» и «женщина», а также «мужское» и «женское», то есть наиболее часто употребляемые атрибутивно-номинативные конструкции с препозитивными и постпозитивными адьюнктами, и через гендерно маркированные когнитивные метафоры, представляющие общий массив данных для анализа гендерно-маркированных концептов. Особую часть этого массива составляют условно субъективные определители гендера – закрепленные в языке стереотипы.

В Кратком словаре когнитивных терминов под редакцией Е. С. Кубряковой стереотип определяется как «стандартное мнение о социальных группах или об отдельных лицах как представителях этих групп»¹. В Слова-

ре гендерных терминов под редакцией А. А. Денисовой гендерные стереотипы определяются как «сформировавшиеся в культуре обобщенные представления (убеждения) о том, как действительно ведут себя мужчины и женщины»². Данные стандартные представления влияют на процесс обработки информации, на состояние знаний, а также на регуляторную деятельность сознания, поэтому имеют непосредственное отношение к когниции.

Гендерным стереотипам посвящено множество исследований. В поле зрения ученых попадают, например, тексты определенного типа дискурса и использование гендерно-обусловленных стереотипов в них [1], [2], [4], влияние стереотипов на гендерную систему общества [5], [7], методологические подходы к изучению гендера [6], мужские и женские качества в речи авторов [3] и многие другие аспекты. Поле

исследований гендерных стереотипов в современной англистике не менее обширно. Здесь хотелось бы отметить работы, описывающие восприятие речи авторов под влиянием стереотипов [22], стереотипы во времена торжества феминизма [9] и др. Проблема стереотипного восприятия гендера в англистике затрагивается в работах Д. Кэмерон, П. Фишман, Дж. Холмса, О. Есперсена, Р. Лакофф [10], [11], [12], [13], [17] и других ученых. С точки зрения проблематики данной статьи интересны также выводы, описанные в таких современных научных работах, как «Gender bias and stereotypes in linguistic example sentences» («Гендерные предрассудки и стереотипы в лингвистических примерах предложений», Х. Котек, Р. Докум и др.) [15] и «An Exploratory Study on Linguistic Gender Stereotypes and their Effects on Perception» («Исследование лингвистических гендерных стереотипов и их влияния на восприятие», Л. Маттиас, Д. Матс и Ш. Андерс) [18]. Выполненное нами ранее диссертационное исследование также затрагивает проблему гендерных стереотипов в структуре концептуально-когнитивного фрейма «woman»³.

Гендерные стереотипы генерализуют восприятие и представление в момент соприкосновения с областью стереотипизации и тем самым отвлекают внимание от деталей, ситуативных вариаций. Отсюда негативная коннотация не объективности, возникающая в связи с понятием «стереотип». Отмечая роль гендерных стереотипов как генерализаторов, Э. Стрэнд в работе «Раскрытие роли гендерных стереотипов при восприятии речи» пишет следующее: «Даже когда женщины и мужчины ведут себя одинаково, мы воспринимаем их по-разному»⁴ [22: 95]. Подобное влияние стереотипов на восприятие отмечают также Л. Маттиас, Д. Матс и Ш. Андерс:

«...неязыковая ситуационная и контекстуальная информация (например, пол говорящего), предположительно доступная до речевого события, активизирует схемы и стереотипы таким образом, что они влияют на обработку восприятия языкового события, искажая его в соответствии с ожиданиями» [18: 578].

Однако гендерные стереотипы не только обобщают восприятие речи, поведения и самого индивида, предопределяя регуляторную деятельность сознания в попытке подстроиться под них, они также отвлекают внимание от сопутствующих характеристик того или иного признака, служащего основанием для генерализации. Тем самым стереотипы часто смещают каузальные связи, придавая признаку стереотипизации значение причинности. Так, убеждение, что женщины проявляют неуверенность в разговоре,

ставшее стереотипом с легкой руки американской исследовательницы Р. Лакофф, оставляет в тени другие факторы помимо пола, которые могут стать причиной подобной неуверенности: зависимое положение, возраст и др.

Безусловно, не всякую генерализацию, относящуюся к лингвистическому гендеру, можно считать стереотипом. Генерализация имеет очень важное значение для составления общего представления об исследуемом объекте. Именно к объективной генерализации стремятся гендерологи и лингвисты при попытке выделить семантические группы гендерных дейксисов языка, речи и коммуникации. Однако провести четкую грань между объективной генерализацией и стереотипированными (и, как следствие, ограниченными) представлениями очень сложно, ведь каждый стереотип начинается с простой генерализации, в объективности которой, по крайней мере, ее автор уверен. Затем подобная генерализация укореняется в сознании и начинает искажать восприятие. О субъективности стереотипов как нельзя лучше свидетельствует их противоречивость, на чем мы более детально остановимся в данной статье, применив логико-семантическую классификацию отмечаемых в разные времена противоположных стереотипных женских качеств. Также мы рассмотрим вопрос субъективности стереотипных воззрений, поскольку одни и те же стереотипы постулировались и отрицались различными учеными.

УНИКАЛЬНОСТЬ – ОБЫЧНОСТЬ

Мысль о том, что язык женщины уникален и необычен по отношению к стандартному мужскому варианту, впервые выразил О. Есперсен в работе «Язык: его природа, развитие и происхождение», а именно в главе под названием «Женщина» [13]. Ученый способствовал укоренению в лингвистике стереотипных воззрений о том, что язык женщины – совершенно особый вариант языка, имеющий четко определенные отличительные черты [13]. Данное утверждение нашло своих адептов и породило споры, не прекращающиеся и по сей день. При этом ученые десятилетиями пытались отыскать четкие грани такого поля исследования, как «язык женщины», и приходили в конечном счете к выводу, что четкой грани и неоспоримых отличительных черт не существует, что будет продемонстрировано ниже.

БОЛТЛИВОСТЬ – СДЕРЖАННОСТЬ

Первый известный стереотип в отношении гендера и языка появился в научной лите-

ратуре на основании фольклорного элемента английского языка: стереотип глупой болтуни, «что не раз становилось предметом бесчисленных шуток» [13: 250]. Довольно ясное представление о коллективном ассоциативном поле понятий «мужская речь» и «женская речь» в сжатой форме представляют данные, опубликованные в статье Дж. Уильямса и С. Бэннета «Описание половых стереотипов на основании списка прилагательных» (1975). В ней приведены различные по эмоциональной оценке прилагательные, ассоциируемые с представителями обоих полов. Так, понятия «женщина» и, соответственно, «женское» ассоциируются носителями языка с рядом прилагательных с общим вектором значения «пустая болтовня»: *complaining* – жалующаяся, *flirtatious* – кокетливая, *frivolous* – ветреная, *ragging* – ворчливая, *rattle-brained* – безмозглая, *talkative* – разговорчивая, *whiny* – плаксивая [26: 330–331].

Стереотип глупой болтуни не раз ставился под сомнение. По утверждению М. Талбот, например, в настоящее время обнаружено достаточно свидетельств тому, что мужчины говорят больше женщин, по крайней мере, в определенных ситуациях, например на публике [23]. Кроме того, данный стереотип противоречит другому стереотипу о женщинах: представлению о неуверенной в себе, молчаливой, покорной, уступчивой собеседнице.

ГРАМОТНОСТЬ – ОТСТУПЛЕНИЕ ОТ НОРМ

Дефектные характеристики женской речи по сравнению с мужской впервые были систематизированы описаны в упомянутой работе О. Есперсена «Язык: его природа, развитие и происхождение», в которой были затронуты все аспекты: фонетика, грамматика, лексика, а также психологически обусловленные особенности «женской» коммуникации. Так, отмечалось, что «словарный запас у женщин, как правило, гораздо менее обширный, чем у мужчин» [13: 248], а для сбивчивой женской речи характерны незаконченные, оборванные предложения [13].

С точки зрения Д. Кэмрон, в так называемой наивной лингвистике, отражающей бытующие в народе представления о том, какая она, речь женщины, какой она должна быть и чем отличается от речи мужчины, также закреплены стереотипные представления о том, что в женской речи присутствуют незаконченные предложения, что само по себе не может являться эталоном грамотного построения речи, а также что организация речи женщины противоречит законам логики [10].

Данные стереотипы пропагандировались и отрицались, поддерживались и оспаривались не только в фолк-лингвистике, но и в научной литературе. Д. Кэмрон сама опровергает ряд этих стереотипов, на примерах доказывая, что «непоследовательность и незаконченные предложения часто встречаются в речи говорящих обоих полов» и что «речь женщины более логична, чем речь мужчины» [9: 48].

Ряд шагов к укоренению противоположных гендерных стереотипов («речь женщины более грамотна, чем речь мужчины») сделан, например, в работах У. Лабова «Социальная дифференциация английского языка в Нью Йорке» (2006) и П. Траджила «Пол, скрытый престиж и лингвистические изменения в английском языке в городах Норвича» (1972). Ученые утверждали, что женщины говорят на более стандартном варианте языка (особенно это касается фонетического уровня), это породило стереотип, что женщины придают статусу большее значение, чем мужчины [16], [25]. Непреложность данного мнения поставила под сомнение Л. Милрой в работе «Язык и социальные связи» (1987). Она утверждает, что некоторые вариации в произношении определенных звуков «более тесно связаны со структурой социальных связей, нежели с полом говорящего» [19: 149]. Позднее Д. Кэмрон в работе «Феминизм и лингвистическая теория» (1992) заметил, что социолингвистические гендерные исследования наименее успешны, когда в них присутствуют «стереотипные положения о женщинах: что они ведут себя определенным образом потому, что они матери, или потому, что они, например, не работают вне дома» [9: 69–70]. По мнению автора, подобные стереотипы игнорируют исключения или не дают им объяснения.

УСТУПЧИВОСТЬ, ВЕЖЛИВОСТЬ – ТВЕРДОСТЬ

Еще один распространенный стереотип в отношении использования языка женщинами появился благодаря американской исследовательнице Р. Лакофф. С ее точки зрения, язык избилует свидетельствами того, что женщина в разговоре занимает более слабую позицию, нежели мужчина, в ее речи меньше уверенности и твердости [17]. П. Браун и Д. Холмс пришли к заключению, что неоспоримой отличительной чертой речи женщины является вежливость [8], [12]. Другие ученые также отмечали, что мужчины при коммуникации ведут себя более компетентно и независимо, а женщины более экспрессивны, проявляют большую мягкость, гибкость, задействованность [11], [14]. Данный стерео-

тип «компетентного и напористого» мужчины и «мягкой, неуверенной в себе» женщины нашел как своих адептов в лице П. Фишмен [11], так и критиков. Д. Кэмрон отмечает, что в так называемой наивной лингвистике укоренился стереотип о том, что женская речь непоследовательна, неуверенна и сбивчива, поскольку «у женщин возникают проблемы при общении на мужском языке» [9: 45]. В той же работе описываются такие характеристики «женской коммуникации», как склонность облекать утверждения в форму вопроса в поисках одобрения, склонность говорить меньше, чем мужчины в смешанных группах, и желание сотрудничать в речи; мужчины, напротив, соревнуются.

Дж. Уильямс и С. Бэннет в упомянутой ранее работе приводят следующий ряд прилагательных, ассоциируемых с женщиной, которые имеют общий вектор значения «уступчивость, мягкость»:

affectionate – любящая, charming – очаровательная, meek – кроткая, mild – мягкая, sensitive – чувствительная, sentimental – сентиментальная, soft-hearted – отзывчивая, submissive – покорная, weak – слабая [26: 330–331].

Гендерные стереотипы в языке затрагивают не только женщин, но и мужчин, хотя, на наш взгляд, в меньшей степени. В целом они диаметрально противоположны стереотипам о женщинах, возможно, потому, что мужчина и женщина воспринимаются как противоположности сами по себе. Мужчины традиционно считаются неразговорчивыми, менее чувствительными, незэмоциональными, более резкими. Прилагательные того же семантического ряда, ассоциируемые с мужчинами, следующие:

adventurous – предприимчивый, aggressive – агрессивный, assertive – чрезмерно настойчивый, autocratic – властный, boastful – хвастливый, coarse – грубый, confident – самоуверенный, cruel – жестокий, dominant – доминирующий, independent – независимый, loud – громкий, rational – разумный, realistic – реалистичный, self-confident – самоуверенный [26: 330–331].

В целом при анализе многих популярных работ по гендерной лингвистике XX века складывается определенное стереотипное представление о женщине с характерными для нее качествами: скромность, вежливость, немногословность, готовность поддержать, посочувствовать, готовность к сотрудничеству [13], [17], [21], [24]. Готовность к сотрудничеству как характерная особенность женского спора отмечается также и в более позднем исследовании Х. Котек и Р. Докум. Авторы пришли к заключению, что высказывания с гендерной маркировкой «женское» чаще содержат проявления положительных эмо-

ций, тогда как «мужские» высказывания чаще «связаны с занятием, сопряженным с отрицательными эмоциями и совершением насилия» [15: 32].

С другой стороны, У. Обар и Б. Аткинс рассматривают часто выделяемые в качестве характеристик женской речи признаки неуверенности и слабости независимо от полового признака [20] и тем самым ставят под сомнение стереотип «женщина слаба в разговоре». Статус при этом становится более значимым фактором, нежели гендер в детерминации характеристик речи.

С точки зрения Д. Кэмрон, «в реальности можно найти лишь незначительные свидетельства в пользу генерализации по линии “вежливость – твердость” либо свидетельства могут быть противоречивыми» [10: 450]. Это подтверждается и результатами проведенного нами исследования, которые будут представлены ниже. Д. Кэмрон считает, что причиной скромного поведения женщин, если оно не нивелируется фактором статуса, может служить и то, что в социуме превалирует репрезентация женщины как скромной, что носит обязывающий характер нормы и навязывается самыми различными способами: недостаточными возможностями для женщин практиковаться в публичных выступлениях или осуждением недостаточно скромных женщин [10]. Это и побуждает женщин вести себя в соответствии со стереотипом «нормального поведения», приличествующего представительницам слабого пола. Основываясь на опыте наших собственных научных изысканий, а также на результатах работ других ученых, мы считаем, что гендерные стереотипы, как и другие стереотипы вообще, нередко противоречат друг другу: так, женщине приписывается излишняя болтливость, пустословие, что якобы свидетельствует о поверхностности ее ума, и в то же время молчаливость и робость в коммуникации на публике и в смешанных группах, что якобы говорит о ее коммуникативной несостоятельности и слабости. На наш взгляд, многое зависит и от фактической компетентности коммуникантов, не только от пола говорящего, однако при прочих равных условиях подобный стереотип может оказаться небезосновательным.

Анализ научной литературы по теме позволяет сделать вывод о том, что гендерные стереотипы не только ограничивают естественную свободу индивидов в формировании мнения, но и препятствуют прогрессивному развитию и совершенствованию коммуникативных норм социума, при этом часто противоречат сами себе. Это подтверждается и результатами наших собственных научных изысканий.

Не претендуя на безусловность, мы попытались выделить ряд стереотипов из множества генерализаций в области пересечения гендера и языка. Мы определили ряд качеств, приписываемых стереотипному женскому образу, опираясь на анализ атрибутивно-номинативных словосочетаний с ядерной лексемой «woman», и обнаружили, что в данных словосочетаниях закреплены некоторые характерные черты, как, например, болтливость, пассивность, эмоциональность, заботливость и т. п. Проиллюстрируем примерами некоторые стереотипные прототипические женские качества:

1. Болтливость: gossip girl, flibbertigibbet, gossiper;
2. Придирчивость, сварливость, ворчливость: moaner, complainer, grumbler, whiner, nagger, whimper, grouch;
3. Капризность: capricious girl, whiner, whimper, complainer;
4. Вспыльчивость, шумливость: hoyden.

Анализ материалов подробно описан в нашем диссертационном исследовании, упомянутом ранее.

В данной статье с целью более детальной разработки проблемы стереотипного восприятия женского образа, лишь частично затронутой в нашей диссертации, мы выделили более расширенный спектр прототипических женских качеств, часто вступающих в противоречие друг с другом. Эти качества были выделены на основе результатов анализа атрибутивно-номинативных словосочетаний с ядерной лексемой «girl» с учетом описанных выше результатов научных изысканий зарубежных и отечественных ученых. Общее количество семантически различных словосочетаний с адьюнктами в препозиции и постпозиции составило 692. При этом некоторые словосочетания имели по несколько вхождений, так, например, «wee girl» имеет 15 вхождений, «thin girl» – 6.

Словосочетания были извлечены методом сплошной выборки, предполагающей рассмотрение всех текстов, включенных в Британский национальный корпус английского языка⁵, относящихся к различным временным периодам и жанрам.

Нами была проведена логико-семантическая классификация примеров, которая позволила определить, что атрибутивно-номинативные словосочетания с ядерной лексемой «girl» обнаруживают те же стереотипные прототипические качества, что и словосочетания с лексемой «woman», за исключением такого стереотипного женского качества, как «глупость». Наиболее показательными являются препозитивные адьюнкты ввиду их многочисленности по сравнению с постпозитивными. Они опосредуют следующие стереотипные качества:

1. Субтильность: [wee 15⁶, tiny 10, thin 6, slim 4, slender 3, slight 2, thinnest 2 и т. д.] girl.
2. Привлекательность: [pretty 87, beautiful 72, handsome 6, prettiest 5, elegant 2, beautifullest 1, good-looking 7, best-looking 1, well-rounded 2 и т. д.] girl.
3. Пассивность, скромность: [innocent 8, quiet 7, shy 4, decent 3, gentle 3, modest 2 и т. д.] girl.
4. Эмоциональность:
 - a) положительные эмоции [happy 5, jolly 4, happiest 2, passionate 3 и т. д.] girl,
 - b) отрицательные эмоции [wretched 5, nervous 4, frightened 4, disturbed 3, desperate 3, sad 3, sullen 2, neurotic 2, miserable 2, anxious 2, mischievous 2, troubled 2, terrified 2, bored 1 и т. д.] girl,
 - c) нейтральные эмоции [impressionable 2, astonished 1 и т. д.] girl.
5. Вспыльчивость, шумливость: [wild 5, roaring 6 и т. д.] girl.
6. Добросердечность: [kind 10, fair 6, sensitive 5, loving 3, affectionate 2 и т. д.] girl.
7. Стервозность, непорядочность: [wicked 4, tough 4, greedy 3, bad-tempered 1 и т. д.] girl.
8. Капризность: [naughty 19, selfish 2, pampered 2 и т. д.] girl.
9. Болтливость, живость: [bubbly 5, good-time 5, carefree 2 и т. д.] girl.

Безусловно, вышеназванные качества не являлись исключительными в семантике адьюнктов, поскольку «стереотипность» не предполагает исключительности, но предполагает доминантную выделенность признака. Так, адьюнктами опосредовалось не только, например, такое качество, как «привлекательность», но и такое качество, как «уродливость»: [ugly 4, plain 3, bad-looking 1 и т. д.] girl, однако стереотипным его назвать нельзя, поскольку, с одной стороны, оно не было выделено как стереотипное коллегами-исследователями ранее, а с другой – не представлено примерами нашей выборки, достаточно многочисленными для того, чтобы мы могли сделать подобный вывод.

Логико-семантическая классификация, которой были подвергнуты словосочетания с препозитивными и постпозитивными адьюнктами после их извлечения, предполагала анализ узкого контекста использования каждого словосочетания с целью определения предполагаемого в каждом конкретном случае значения многозначных единиц. Так, словосочетание «pretty girl», номинирующее стереотипное прототипическое качество девочки / девушки «привлекательность», употреблено в следующих контекстах:

She's your boss, isn't she? Tall pretty girl with her hair in a plait today, eh? – Nell, I said. That's right. Isn't she your boss? (Она твой босс, не так ли? Высокая красивая девушка с волосами, заплетенными сегодня в косу, а? – Нелл, – сказал я. Верно. Разве она не твой босс?).

Her mother, Freda, separated from her husband, had to keep a 24-hour vigil. A personable and pretty girl was locked into a lifestyle (the videos, the soap operas, the Jumbo

Colouring Pads, mum's ancient friends) that would have bored a tortoise. (Ее матери Фриде, расставшейся с мужем, приходилось нести круглосуточное бдение. Представительная и симпатичная девушка вела образ жизни (видео, мыльные оперы, раскраски Джамбо, старые друзья мамы), который утомил бы и черепаху)⁸.

Изучение метафор в структуре концептуально-когнитивного фрейма «woman» с исходными гетерогенными семантическими доменами (анималистическими, глуттоническими, флористическими и др.) также позволило нам прийти к заключению о том, что в большинстве случаев они фиксируют негативные оценки женщины или сексуальную направленность отношения говорящих к предмету речи: *seafood, dish, tart, cookie, honey, peach, bit of jam* и др., закрепляя подобное отношение на уровне стереотипов⁹.

Мы также выяснили, что противоречивость и необъективность стереотипного восприятия нагляднее всего проявляются в феминной метафоре. Так, в одних метафорах женщина представлена как добыча, дичь, объект потребления, еда, а в других – как охотница, завлекающая мужчину, в одних – как жертва, в других – как разрушительница [4].

С целью расширения доказательной базы данной статьи мы рассмотрели метафорическую составляющую субфрейма «girl», раскрывающую стереотипные элементы языка, закрепленные в отношении молодой женщины, девушки, девочки. Безусловно, здесь сложно провести четкую грань, поскольку многие единицы могут быть использованы как при метафорической номинации женщины, так и при номинации девушки и девочки, что отражено в дефинициях соответствующих лексем: *wench n. – a young woman or girl, especially a peasant girl* [25] (девица, шлюха, любовница сущ. – молодая женщина или девушка, особенно крестьянка). Отметим, что на уровне стереотипов, как правило, закреплены именно когнитивные метафоры, поскольку они в основном не осознаются пользователями языка как вторичная номинация и, как и сам стереотип, воспринимаются как нечто имманентно присущее языку.

Материалом для исследования метафорической составляющей номинации девушки / женщины послужила сплошная выборка примеров из авторитетных лексикографических источников, таких как «The American Heritage Book of English Usage»¹⁰ и «The Official Dictionary of Unofficial English»¹¹ (Словарь английского языка «Американское наследие» и Официальный словарь неофициального английского языка). Логико-семантическая классификация позволи-

ла выделить источникные (анималистические, глуттонические и флористические) и целевые домены метафоризации. Некоторые примеры попали в несколько категорий ввиду многозначности. Так, например, лексема «chick» применительно к молодой девушке не только номинирует ее привлекательность, но и говорит о пренебрежительно-потребительском к ней отношении. Согласно логико-семантической классификации примеров, нами были выделены следующие целевые семантические домены, номинирующие выделенные ранее стереотипные прототипические женские качества:

1. Привлекательность:

- *peaches and cream* (of a girl's complexion) – of a cream colour with downy pink cheeks (персиково-кремовый (о цвете лица девушки) – кремового цвета с розовыми щеками с пушком);
- *belle* – a popular, attractive girl or woman, especially the most attractive one of a group: the belle of the ball (красотка бала – популярная, привлекательная девушка или женщина, особенно самая привлекательная из группы: красотка бала);
- *chick* – a girl or young woman (цыпочка – девушка или молодая женщина);
- *cover girl* – an attractive young woman whose picture is featured on a magazine cover (девушка с обложки – привлекательная молодая женщина, чье фото изображено на обложке журнала);
- *nymph* – a girl, especially a beautiful one (нимфа – девушка, особенно красивая);
- *sylyph* – a slim, graceful woman or girl (сильфида – стройная, грациозная женщина или девушка);
- *Snow White* – the name can be applied to a beautiful girl or woman with pale skin, black hair, and red lips (Белоснежка – это имя можно применить к красивой девушке или женщине с бледной кожей, черными волосами и красными губами).

2. Эмоциональность, живость:

- *filly* – informal: a lively, high-spirited girl (кобылка – неформально: живая, резвая девочка);
- *gamine* – girl or woman of impish appeal (девчонка-сорванец – девушка или женщина озорная и привлекательная);
- *playgirl* – a woman devoted to the pursuit of pleasurable activities (прожигательница жизни – женщина, стремящаяся жить в удовольствии);
- *romp* – one, especially a girl, that sports and frolics (сорвиголова – человек, особенно девушка, которая развлекается и резвится).

3. Вспыльчивость, шумливость, дерзость:

- *baggage* – an impudent or saucy girl or woman (плутовка, шалава – дерзкая или развязная девушка или женщина);
- *hoyden* – a high-spirited, boisterous, or saucy girl (отрвиголова – резвая, шумная или дерзкая девушка);
- *hussy* – a saucy or impudent girl (девка – дерзкая или вульгарная девушка);

– *minx* – a girl or young woman who is considered pert, flirtatious, or impudent (шалунья, распутница – девушка или молодая женщина, которую считают нахальной, кокетливой или дерзкой).

4. Добросердечность:

– *girl Friday* – an efficient and faithful woman aide or employee (девушка Пятница – деловитая и верная женщина-помощница или сотрудница);

– *ingénue* – an artless, innocent girl or young woman (простяга – бесхитростная, невинная девушка или молодая женщина).

5. Пассивный объект потребления, сексуальный контекст:

– *pop someone's cherry* – informal: have sexual intercourse with a girl or woman who is a virgin, (лопнуть чью-то вишенку – неформально: вступить в половую связь с девушкой или женщиной, которая является девственницей);

– *honey dip* – a desirable girl or woman; a term of affection for a girl or woman («капля меда» – желанная девушка или женщина; термин, обозначающий привязанность к девушке или женщине);

– *chick* – a girl or young woman (цыпочка – девушка или молодая женщина);

– *russ* – a girl or young woman (кошечка – девушка или молодая женщина).

Анализируя опосредуемые метафорой женские качества в структуре фрейма «girl», нельзя не отметить некоторое противоречие, уже наблюдаемое нами ранее при исследовании вторичной номинации в структуре фрейма «woman», хотя и не в столь многочисленных случаях. С одной стороны, девушка / девочка описывается метафорой как пассивный объект потребления с явной сексуальной коннотацией, а с другой стороны, она – *minx* и *houden* – шаловливая и озорная распутница, а распутница сама завлекает мужчину-жертву.

Стереотипы как некие устоявшиеся нормы поведения, какими бы устойчивыми они ни были, также подвержены изменению. Существуют как временные, так и пространственные вариации. Думается, представительницы слабого пола не всегда рисовались в сознании индивидов как слабые и покорные в общении, по крайней мере, не в период матриархата, не всегда в период древнегреческой демократии и не всегда в период просвещения. Индивидуальные примеры иконических личностей также расшатывают стереотипы, например, сложно представить себе женщину, управляющую государством (а таких примеров история знает достаточно) робкой, застенчивой и молчаливой или же пустословной балаболкой.

Расшатывание стереотипов временем становится наглядным при диахроническом анали-

зе текстов Британского национального корпуса английского языка на предмет манифестации стереотипных воззрений. В последнее время женщин часто представляют успешными пользователями языка. Данный факт отражается в применении таких выражений, как *wonderful speech*, *wise / soft / sweet words*, *interesting talk*, *pleasant / earnest conversation* и др., в отношении пользователей языка женского пола. Это подтверждается и в исследованиях зарубежных ученых. Репрезентация женщин как образцовых пользователей языка является логичным следствием того, что «коммуникативное “мастерство” рассматривается как первостепенный навык в использовании языка с целью поддержания хороших межличностных отношений» [10: 451]. Помимо этого, подобная тенденция воспринимать женщин как успешных коммуникантов связана с тем, что в XXI веке акцент в исследованиях часто делается на традиционно «приватные» речевые жанры, например разговоры о личных чувствах и проблемах, а «чувства и личные отношения культурологически воспринимаются как женские домены» [10: 451].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Полученные нами данные анализа текстов Британского национального корпуса английского языка и авторитетных лексикографических источников на предмет генерализаций в первичной и вторичной номинации лиц женского пола также помогли нам выявить ряд противоречий в распространенных «суждениях». Наиболее представленными оказались следующие семантические группы признаков в первичной номинации: subtilность; привлекательность; пассивность, скромность; эмоциональность; добросердечность; стервозность; непорядочность; капризность; болтливость; живость – в отношении девушки / девочки и, согласно данным проведенного нами ранее исследования, болтливость, пассивность, эмоциональность, заботливость и т. п. – в отношении женщины. В результате проведенного анализа атрибутивных лексем в первичной номинации, а также с учетом ранее полученных результатов в спектре наиболее часто приписываемых женщине качеств можем выделить следующие антонимические пары: пассивность – эмоциональность; стервозность – добросердечность, заботливость; болтливость, капризность – скромность. Метафорические средства вторичной номинации женщин обнаруживают наиболее явное противоречие в спектре приписываемых качеств целевых доменов «пассивный объект потребления» – «дерзкая обольстительница».

Неоднородность и противоречивость данных, свидетельствующих в пользу и против стереотипов, отсутствие единого мнения у ученых относительно предвзятости или справедливости того или иного утверждения, а также подвижность стереотипов говорят о том, что стереотипы да-

леко не всегда являются объективной генерализацией опыта, а также не всегда соответствуют меняющимся реалиям времени, являясь тем не менее заметным регуляторным механизмом индивидуального и коллективного восприятия женского образа.

ПРИМЕЧАНИЯ

- ¹ Демьянков В. З. Стереотип // Краткий словарь когнитивных терминов / Под ред. Е. С. Кубряковой. М., 1997. С. 177.
- ² Коноплева Н. А. Гендерные стереотипы // Словарь гендерных терминов / Под ред. А. А. Денисовой. М.: Информация-XXI век, 2002. С. 65.
- ³ Мурашова Л. П. Концептуально-фреймовое конструирование женской идентичности в английском языке: Дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск: ПГУ, 2018. 189 с.
- ⁴ Здесь и далее цитаты из иностранных источников приведены в переводе автора статьи.
- ⁵ BNC – British National Corpus (BNC) – English-Corpora.org Electronic resource, available at: British National Corpus (BNC) (english-corpora.org). Access dates from 02.01.2022 to 10.02.22.
- ⁶ Здесь и далее цифра после лексемы обозначает количество вхождений словосочетания в BNC (Британский национальный корпус).
- ⁷ Источник, указанный BNC: The edge. Francis, Dick. London: Pan Books Ltd, 1989. P. 82–190. 2650 s-units.
- ⁸ Источник, указанный BNC: [Guardian, elect. edn. of 19891220]. World affairs material, 940 s-units.
- ⁹ Мурашова Л. П. Концептуально-фреймовое конструирование женской идентичности в английском языке... С. 134.
- ¹⁰ The American Heritage Book of English Usage: A Practical and Authoritative Guide. Houghton Mifflin Harcourt, 1996. 304 p.
- ¹¹ Barrett G The Official Dictionary of Unofficial English, McGraw Hill Professional, Language Arts & Disciplines, 2010. 288 p.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гоголева Е. Н. Гендерные стереотипы в телевизионной рекламе как отражение гендерного неравенства // Женщина в российском обществе. 2019. № 1. С. 77–86. DOI: 10.21064/WinRS.2019.17
2. Копоть Л. В. Прагмалингвистические особенности репрезентации гендерных стереотипов в рекламном дискурсе // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2019. № 2 (237). С. 34–40.
3. Леонтьева А. А., Мартынюк А. П. Стереотипы мужских и женских качеств в речи авторов – мужчин и женщин. Харьков: ХГУ, 1989. 9 с.
4. Мурашова Л. П., Правикова Л. В. Эротизация как основа женской метафоры в английском языке // Язык и культура. 2014. № 4 (28). С. 89–98.
5. Остапенко А. Б. Гендерные стереотипы как основа асимметрии гендерной системы общества // Альманах современной науки и образования. 2011. № 1. С. 120–122.
6. Рябова Т. Б. Гендерные стереотипы и гендерная стереотипизация: методологические подходы // Женщина в российском обществе. 2001. № 3–4. С. 3–12.
7. Чумакова Т. Н., Жиренко Д. И. Гендерные стереотипы и их влияние на формирование у современной молодежи представлений о брачном партнере // Становление психологии и педагогики как междисциплинарных наук: Сб. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. (Казань, 26 ноября 2019 г.). Стерлитамак: АМИ, 2019. С. 159–161.
8. Brown P. How and why women are more polite: Some evidence from a Mayan community // Women and language in literature and society. (S. McConnell-Ginet, N. Borker, R. Thurman, Eds). New York: Praeger, 1980. P. 111–136.
9. Cameron D. Feminism and linguistic theory. 2nd edn. London: Macmillan, 1992. 247 p.
10. Cameron D. Gender and language ideologies // The Handbook of Language and Gender. (J. Holmes, M. Meyerhoff, Eds.). Oxford: Blackwell, 2003. P. 447–467.
11. Fishman P. Interaction: The work women do // Language, gender and society. (B. Thorne, C. Kramarae, N. Henley, Eds.). 1983. P. 89–102.
12. Holmes J. Women, men and politeness. London: Longman, 1995. 254 p.
13. Jespersen O. Language, its nature, development and origin. London: G. Allen and Unwin, 1922. 448 p.
14. Jordan G., Weedon C. Cultural politics: Class, gender, race, and the postmodern world. Oxford: Basil Blackwell, 1995. 624 p.
15. Kotek H., Dockum R. et al. Gender bias and stereotypes in linguistic example sentences // Linguistics. 2021. Vol. 97, No 4. P. 1–45.
16. Labov W. The social stratification of English in New York City. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. 485 p.
17. Lakoff R. Language and woman's place. (M. Bucholtz, Ed.). New York: Harper & Row, 2004. 83 p.

18. Mattias L., Mats D., Anders S. An exploratory study on linguistic gender stereotypes and their effects on perception // *Open Linguistics*. 2020. Vol. 6, No 1. P. 567–583.
19. Millroy L. *Language and social networks (language in society)*. 2nd ed. Oxford: Basil Blackwell, 1987. 232 p.
20. O’Barry W., Atkins B. “Women’s language” or “powerless language”? // *Women and language in literature and society*. (S. McConnell-Ginet, N. Borker, R. Thurman, Eds.). New York: Praeger, 1980. P. 93–110.
21. Spender D. *Man made language*. London: Routledge and Kegan Paul, 1980. 268 p.
22. Strand E. Uncovering the role of gender stereotypes in speech perception // *Journal of Language and Social Psychology*. 1999. Vol. 18, No 1. P. 86–99.
23. Talbot M. Gender stereotypes: Reproduction and challenge // *The handbook of language and gender*. (J. Holmes, M. Meyerhoff, Eds.). Oxford: Blackwell, 2003. P. 468–486.
24. Tannen D. *You just don’t understand: Women and men in conversation*. New York: Morrow, 1990. 330 p.
25. Trudgill T. *Sex, covert prestige and linguistic change in the urban. British English of Norwich*. Department of Linguistic Science, University of Reading // *Language in society*. Cambridge: Cambridge University press, 1972. Vol. 1. Issue 2. P. 179–195.
26. Williams J., Bennett S. The definition of sex stereotypes via the adjectives check list // *Sex roles*. 1975. Vol. 1. P. 327–337.

Поступила в редакцию 11.02.2022; принята к публикации 31.03.2023

Original article

Lyudmila P. Murashova, Cand. Sc. (Philology), Associate Professor, Kuban State Technological University (Krasnodar, Russian Federation)
L-P-Murashova@mail.ru

STEREOTYPES OF WOMEN’S PERCEPTION IN THE XX–XXI CENTURY ENGLISH STUDIES: CONTRADICTIONS AND SUBJECTIVITY

Abstract. The relevance of this work is determined by the identified issues aimed at studying the role of language stereotypes in the construction of the image of a woman rooted in general social and cultural practice of native English speakers. The purpose of this article is to analyze the gender stereotype as an object of linguistic and cognitive research, to summarize the principles and results of studies of gender stereotypes in the English studies, as well as to assess the impact of stereotypical thinking on a woman’s perception. In accordance with the goals set in this article, we summarize the works of a number of foreign scholars on gender stereotypes, reconstruct the overview of the problem with the help of their comparative analysis. We also attempt to prove the inconsistency and bias of the stereotypical perception of women in the English language by singling out pairs of antonymic stereotypical female and male qualities noted by various researchers at different times. Proving the inconsistency and bias of stereotyped perception, we also rely on the combined results of the previous semantic analysis of attributive-nominative phrases with the core lexeme “woman” and a similar analysis with the lexeme “girl” presented in this article. We also take into account the semantic analysis of secondary nomination units expressing the stereotypical prototypical qualities of a woman. The study is based on the texts of the British National Corpus of the English language and a selection of examples from authoritative lexicographic sources.

Keywords: gender in language, gender in speech, gender stereotypes in language, woman in the English-language culture, stereotypes and objectivity

For citation: Murashova, L. P. Stereotypes of women’s perception in the XX–XXI century English studies: contradictions and subjectivity. *Proceedings of Petrozavodsk State University*. 2023;45(4):75–84. DOI: 10.15393/uchz.art.2023.907

REFERENCES

1. Gogoleva, E. N. Gender stereotypes in television commercials as a gender inequality reflection. *Woman in Russian society*. 2019;1:77–86. DOI: 10.21064/WinRS.2019.1.7 (In Russ.)
2. Kopot, L. V. Pragmalinguistic features of representation of gender stereotypes in an advertising discourse. *The Bulletin of the Adyge State University, the series “Philology and the Arts”*. 2019;2(237):34–40. (In Russ.)
3. Leontyeva, A. A., Martynyuk, A. P. Stereotypes of masculine and feminine qualities in the speech of the authors – men and women. Kharkov, 1989. 9 p. (In Russ.)
4. Murashova, L. P., Pravikova, L. V. Erotization as the basis of female metaphor in the English language. *Language and Culture*. 2014;4(28):89–98. (In Russ.)
5. Ostapenko, A. B. Gender stereotypes as the basis for the asymmetry of the society gender system. *Almanac of Modern Science and Education*. 2011;1:120–122. (In Russ.)
6. Ryabova, T. B. Gender stereotypes and gender stereotyping: methodological approaches. *Woman in Russian society*. 2001;3–4:3–12. (In Russ.)

7. Chumakova, T. N., Zhirenko, D. I. Gender stereotypes and their influence on the formation of ideas about a marriage partner among the modern youth. *Formation of psychology and pedagogy as interdisciplinary sciences: Proceedings of the research and practice conference*. Sterlitamak, 2019. P. 159–161. (In Russ.)
8. Brown, P. How and why women are more polite: Some evidence from a Mayan community. *Women and Language in Literature and Society*. (S. McConnell-Ginet, N. Borker, R. Thurman, Eds.). New York, 1980. P. 111–136.
9. Cameron, D. *Feminism and linguistic theory*. 2nd ed. London, 1992. 247 p.
10. Cameron, D. Gender and language ideologies. *The handbook of language and gender*. (J. Holmes, M. Meyerhoff, Eds.). Oxford, 2003. P. 447–467.
11. Fishman, P. Interaction: The work women do. *Language, gender and society*. (B. Thorne, C. Kramarae, N. Henley, Eds.). 1983. P. 89–102.
12. Holmes, J. *Women, men and politeness*. London, 1995. 254 p.
13. Jespersen, O. *Language, its nature, development and origin*. London, 1922. 448 p.
14. Jordan, G., Weedon, C. *Cultural politics: Class, gender, race, and the postmodern world*. Oxford, 1995. 624 p.
15. Kotek, H., Dockum, R. et al. Gender bias and stereotypes in linguistic example sentences. *Linguistics*. 2021;97(4):1–45.
16. Labov, W. *The social stratification of English in New York City*. Cambridge, 2006. 485 p.
17. Lakoff, R. *Language and woman's place*. (M. Bucholtz, Ed.). New York, 2004. 83 p.
18. Mattias, L., Mats, D., Anders, S. An exploratory study on linguistic gender stereotypes and their effects on perception. *Open Linguistics*. 2020;6(1):567–583.
19. Millroy, L. *Language and social networks (language in society)*. 2nd ed. Oxford, 1987. 232 p.
20. O'Barr, W., Atkins, B. "Women's language" or "powerless language"? *Women and language in literature and society*. (S. McConnell-Ginet, N. Borker, R. Thurman, Eds.). New York, 1980. P. 93–110.
21. Spender, D. *Man made language*. London, 1980. 268 p.
22. Strand, E. Uncovering the role of gender stereotypes in speech perception. *Journal of Language and Social Psychology*. 1999;18(1):86–99.
23. Talbot, M. Gender stereotypes: Reproduction and challenge. *The handbook of language and gender*. (J. Holmes, M. Meyerhoff, Eds.). Oxford, 2003. P. 468–486.
24. Tannen, D. *You just don't understand: Women and men in conversation*. New York, 1990. 330 p.
25. Trudgill, T. Sex, covert prestige and linguistic change in the urban. British English of Norwich. Department of Linguistic Science, University of Reading. *Language in society*. Cambridge, 1972. Vol. 1. Issue 2. P. 179–195.
26. Williams, J., Bennet, S. The definition of sex stereotypes via the adjectives check list. *Sex Roles*. 1975;1:327–337.

Received: 11 February 2022; accepted: 31 March 2023