

. ГЕНДЕРНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

. Костенко В. kostenko_vika@yahoo.com

. Научный руководитель: к.ф.н., доцент Кобякова И.К.

. kobyakova@ukr.net

. Сумский государственный университет, Сумы, Украина

В последние десятилетия в современной лингвистике проблема «пол и язык» приобретает особую актуальность. В центре внимания этих исследований находятся социальные и культурные факторы, определяющие отношение культуры и общества к мужчинам и женщинам, поведение индивидов в связи с принадлежностью к тому или иному полу, стереотипные представления о мужских и женских качествах – все, что переводит проблематику пола из области биологии в сферу социальной жизни и культуры. В центре внимания гендерных исследований находится пол человека, как одна из основных характеристик личности, что рассматривается в социуме, культуре и языке.

В наше время гендерные исследования играют значительную роль в различных направлениях гуманитарных наук. Выяснение роли полов в развитии культуры, их символического и семиотического выражение в философии, истории, языке, литературе, искусстве позволяет выявлять новые аспекты развития социума, глубже проникать в суть происходящих процессов. Учитывая значимость этой проблематики можно сказать, что гендерное «измерение» дает возможность по-другому посмотреть на хорошо известные факты или достижения, интерпретировать их с учетом гендерной дифференциации, выявить субтексты, отражающие символы женского и мужского опыта.

Исследования гендерных вопросов в лингвистике сводится главным образом к изучению и осознанию того, какой смысл мы вкладываем в категории маскулинности и феминности, что в них общее, а что – отличное, и каким образом это взаимодействие отражается в языковой картине мира. Это содержание является результатом ментальной деятельности человека, а, следовательно, может варьироваться в зависимости от культурного и национального фактора. Все культуры и языки имеют нечто универсальное, общее, типичное для обозначения определенного предмета или образа, характеристики могут повторяться, формируя представление, которые начинают считать эталоном, образцом, то есть, стереотипами.

Сегодня гендер рассматривают как социальный конструкт, реально существующую систему межличностного взаимодействия, с помощью которой создается, подтверждается и воспроизводится представление о мужском и женском как категориях социального уровня [1: 15].

Фразеологический компонент языка составляет особый интерес для исследований в области гендерной лингвистики, поскольку в нем воплощено культурно-национальное мировосприятие каждого народа [2: 133]. Именно в пословицах, идиомах сохраняются особенности и мироощущение носителей языка и проявляется национальное своеобразие

коммуникативного поведения народа. В современном русском языке одной из самых многочисленных функционально-семантических групп является группа фразеологизмов с гендерными компонентами, которые используются для экспрессивной характеристики человека с точки зрения принадлежности к тому или иному полу, эмоциональной оценки его индивидуальных качеств или положения в обществе, коллективе.

Нами была выделена оппозиция Мужчина / Женщина. Поскольку человек является представителем разных социальных групп одновременно, то и охарактеризовать его можно с разных точек зрения. С этой целью нами было отобрано более 1600 русскоязычных фразеологизмов с гендерными компонентами. Мы разделили отобранные фразеологизмы, содержащие в своем составе гендерный компонент для обозначения женщины, на шесть основных семантических групп: 1) качества женского характера; 2) женщина как сексуальный объект; 3) материнство; 4) внешность и поведение женщины; 5) молодая девушка; 6) супруги / брак и ряд слабо представленных групп, включающих в себя фразеологизмы для обозначения старости, вдовства, любви, религии и т.д. Основываясь на этой классификации, можем сделать вывод, что репрезентация параметров концепта «Женщина» в русскоязычных фразеологизмах формирует представление о женщине как исполнительнице прото-типной социально-психологической фемининной роли хранительницы домашнего очага и побуждает ее выбирать модели поведения, соответствующие этой роли.

Фразеологизмы, содержащие в своем составе гендерный компонент для обозначения мужчины, мы разделили на пять основных семантических групп, в которых выделили черты, наиболее характерные для мужчин. Нами были выделены группы фразеологизмов, раскрывающих природные характеристики мужчины; его социальные характеристики; поведенческие характеристики, ориентированные на морально-этические нормы и утилитарные нормы; статусно - маркированные профессиональные роли и статусно-немаркированные релятивные роли. На основе анализа фразеологизмов, которые мы отнесли к этим семантическим группам, можем сделать вывод, что репрезентация параметров концепта «Мужчина» в русскоязычных фразеологизмах формирует представление о мужчине как исполнителе прототипной социально-психологической маскулинной роли добытчика-кормильца и побуждает его выбирать модели поведения, соответствующие этой роли.

Литература

1. Коатс Дж. Женщины, мужчины и язык // Гендер и язык. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – 235 с.
2. Кобякова И.К. Лингвокоммуникативные аспекты гендерных конструктов (в англоязычных фразеологизмах) // Вестник СумГУ. Серия Филология. – Сумы: Изд. центр СумГУ. – 2007. – No2. – С. 133-138.

Костенко, В. Гендерные характеристики фразеологизмов / В. Костенко; Научный руководитель: И.К. Кобякова // Русский язык в XXI веке: исследования молодых: материалы III международной научной студенческой конференции / Отв. ред. Е.А.

Журавлёва. – Астана: Евразийский нац. ун-т им. Л.Н. Гумилева. - С.181-184. - 2016. – 305с.