

УДК 81`373.612.2

О РОЛИ ФАКТОРА ПРОТОТИПА В ПОРОЖДЕНИИ ГЕНДЕРНЫХ МЕТАФОР (ПО МАТЕРИАЛАМ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ГАЗЕТНОГО ДИСКУРСА)

Мухтарова Мелек,
Азербайджанский университет
языков, г. Баку, Азербайджан

Аннотация. В статье рассматривается роль фактора прототипа в создании гендерных метафор. В ходе анализа, проведенного на материалах англоязычного газетного дискурса, автор устанавливает факт функционирования большого количества метафор, отсылающих к гендерным стереотипам, и оценивает обрабатываемые позиции и смысловой спектр этих образных языковых элементов на основе соответствующих побразцов. Выявлено, что наряду с клише определенных моделей поведения важную роль в формировании гендерных стереотипов играют и аллюзивные онимы.

Ключевые слова: гендерные метафоры, англоязычный газетный дискурс, аллюзивный оним, теория прототипов, гендерные стереотипы.

Сравнительный анализ гендерных метафор в англоязычном газетном дискурсе позволяет сказать, что во многих случаях газетные метафоры, сравнения, теоретико-абстрактные обобщения и различные украшения слов вытекают непосредственно из определенных гендерных стереотипов, и в этом случае фактор прототипичности играет не последнюю роль. Известно, что после того, как в когнитивной психологии была создана прототипная теория, автором которой является Э. Рош [6, с. 73-86] эта теория успешно использовалась и развивалась лингвистикой, особенно когнитивной (в частности, когнитивной семантикой) (подробнее см. [3, с. 458-508]). В частности, оценка роли коэффициента прототипичности в создании метафоризаций, производных от гендерных стереотипов, также представляла интерес для ряда лингвистических исследований [7, с. 1-12].

Хотя в метафоризациях, возникающих на основе прототипичности, наблюдаются определенные общие классовые и категориальные признаки, не все они обязательно содержат одни и те же индикаторы, признаки и характеристики. Такие случаи оцениваются как семейное партнерство с метафорической терминологической номинацией [5, с. 291]. То есть, даже если стереотипы, относящиеся к женщинам, не полностью тождественны, вытекающие из них метафоры должны включать в себя определенные общие черты, создающие категориальную общность, иначе не могло бы быть и речи о единой прототипической классификации.

Например, в дискурсе англоязычной газеты среди метафор с коэффициентом протопизации для женщин присутствуют «like a lady» (быть похожим на леди, т.е. проявлять благородное поведение), «like a girl» (быть похожим на девушка, т.е. имеющая женские черты), «being Lolita, be like Lolita» (быть похожей на Лолиту, т.е. вызывать сексуальное внимание и интерес взрослых мужчин, будучи несовершеннолетней, даже пользуясь этим интересом, используя и направляя его), «Stifler's mom» (мать Стифлера, то есть женщина средних лет, проявляющая сексуальный интерес к малолетним мальчикам, мать сына-подростка – обобщенный образ) и т. д. Хотя мы можем отнести такие тропы к стереотипам о женщинах, мы не можем игнорировать существование семантической градации между ними по классам. Остановимся на примерах:

"Look like a girl. Act like a lady. Think like a man. Work like a boss" [4]; "First up, "look like a girl". This is going to be difficult. Even when I was still a girl, I didn't really look like one. From the age of about 12 I looked far too much like a woman..." [4].

Как видно, имело место вербальное выражение гендерных стереотипов, характерных для английской лингвокультурной среды. То есть в англоязычной среде, особенно в дискурсе англоязычной элиты, существуют актуальные модели поведения, связанные со стереотипами поведения взрослой леди, которые обычно рассматриваются как модель поведения и стандарт самопрезентации элиты, женщин высокого уровня. Это уже позволяет установить факт существенного воплощения соответствующего прототипа и относится к определенной градации поведения.

Даже такие метафоры наглядно демонстрируют стереотипность, непосредственно вызванную гендерной асимметрией, и могут открыть путь к их разоблачению в контексте соответствующего газетного дискурса: «Think like a man". ... Let's ignore for the minute the implication that thinking like a man is somehow a superior to thinking like a woman" [4]. Как видно из примеров, мы сталкиваемся с прототипированием, созданным такими гендерными стереотипами, как *выглядеть как девушка, выглядеть как женщина, вести себя как дама* и т. д., по признаку определенной категории.

В последующих примерах мы уже встречаем разные значения понятия слова **lady** на основе семантической дифференциации, что приводит к разным образным переходам. Это, в свою очередь, воплощает прототипические смысловые изменения и указывает на связь с соответствующей категориальной (семантической классовой) гендерной стереотипизацией: "Act like a lady". I'm confused by this, a lady of what exactly? A lady of the manor? Well if that's the case then if Downton Abbey and Maggie Smith have taught us ... [4]; "Or did you mean a lady of the night? Perhaps you meant a lady of ill repute?" [3].

Среди интересных фактов прототипизации можно отметить метафоры, сформированные на основе определенных аллюзивных онимов и обращенные к соответствующим гендерным стереотипам. Например, в следующем примере мы

наблюдаем пример метафоры, воплощающей конкретную гендерную стереотипность и напрямую отсылающей к фигуре-прототипу Лолиты в знаменитом одноименном романе Н. Набокова: “She, however, identified with the farm worker, as I did with Lolita” ...“I sort of kicked the hornets’ nest the other day, by expressing feminist opinions about books. It all came down to Lolita,” she wrote” [2]. В последующем образце мы сталкиваемся с гендерной асимметрией, присущей прототипированию одного из клише Голливуда: “Maybe I got this special attention because people saw me as Stifler’s mom...” [1].

Таким образом, как видно из анализа, в англоязычном газетном дискурсе широко используются тропы, возникающие из гендерных представлений и отсылающие к соответствующим стереотипам. Их позиция обработки и коэффициент прототипизации напрямую относятся к фоновым знаниям читателя, то есть уровню понимания и усвоения текста. То есть тот факт, что упомянутое художественное произведение имеет широкую читательскую аудиторию или образец кинематографии под названием «Американский пирог» приобрел статус культового фильма, обеспечил высокую частоту развития актуальных аллюзивных фактов прототипирования на основе онима.

Список литературы:

1. D'Addario D. Jennifer Coolidge's White-Hot Comeback [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://variety.com/2022/>
2. Flood, A. Rebecca Solnit hits back after male commenters 'explain Lolita' to her // The Guardian. – 21 December, 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/books/2015/>
3. Lakoff G. Hedges: A study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts // Papers from the regional meeting of the Chicago linguistic society. – Chicago, 1972. – V. 8. – pp. 458-508.
4. Minter H. Bic advertising: look like a girl, market your company like a 1970s misogynist // The Guardian. – 12 August, 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com>
5. Naime J.S. Psychology. – Belmont: Wadsworth, 2009. – 565 p.
6. Rosch E.H. Prototype classification and logical classification: The two systems // New Trends in Cognitive Representation: Challenges to Piaget's Theory. Hillsdale, N.-J.: Lawrence / Ed. Scholnick, E.K. Hillsdale. – N.Y.: Erlbaum Associates, 1983. – pp. 73-86.
7. Sitto-Kaunda K., Davis C. Hidden figures: reframing gender prototyping from a communication science perspective // Agenda. – 2020. – № 34 (1). – pp. 1-12.