

КОГНИТИВНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ГЕНДЕРНОГО КОНЦЕПТА «ЖЕНСКАЯ МЕНТАЛЬНОСТЬ» (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ)

О. П. Королева, Н. В. Коробова, Н. А. Цыбина

Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова, Нижний Новгород, Россия

Рассматриваются особенности структурирования гендерного концепта «женская ментальность» в англоязычных СМИ с позиций когнитивного моделирования. Когнитивная модель гендерного концепта имеет вид иерархически организованной фреймовой структуры, раскрывающей его содержание посредством заполнения слотов данного фрейма. Анализ материала позволяет описать характерные признаки феномена женской ментальности в текстах СМИ.

Ключевые слова: *гендер, концепт, ментальность, фрейм, когнитивное моделирование, стереотип.*

Введение

В данной статье предпринимается попытка раскрыть содержание гендерного концепта «женская ментальность» в современном англоязычном языковом сознании с помощью когнитивного моделирования. Для этого целесообразно использовать фреймовый анализ концепта. Фреймовый анализ позволяет через типовые ситуации и события описать лексические единицы, объединенные гендерным концептом «женская ментальность». Изучение фреймовой структуры гендерного концепта происходит с привлечением статей, взятых из англоязычных СМИ (*The Evening Standard, The Guardian, The Observer*), поскольку в настоящее время именно СМИ предстают как источник, доминирующий в формировании общественного мнения и оказывающий существенное влияние на мышление отдельных членов социума.

В настоящее время не существует четкого определения термина «ментальность». Иногда понятия «менталитет» и «ментальность» трактуются некоторыми учеными как равнозначные и тождественные. Однако следует подчеркнуть более узкий характер термина «ментальность». Под ментальностью принято понимать общие представления, воображение, видение мира, повседневную сторону сознания, стереотипы поведения, систему ценностей. По мнению А. Я. Гуревича, ментальности выражают внеличностную сторону общественного сознания, получающую выражение в языке, а также в других знаковых системах, обычаях, традициях и верованиях [5]. В лингвистическом плане средствами выражения категории ментальности признаются такие языковые феномены, как отдельные слова, фразеологизмы, тексты и концепты, которые

взаимосвязаны между собой, образуя ментальное пространство языка [2. С. 83]. Представляется возможным выделять ментальность людей, объединенных в группы по тому или иному признаку: этническому, социальному, историческому [11. С. 42]. Настоящее исследование посвящено изучению ментальности, а именно женской ментальности, с позиций гендерной лингвистики.

Основными категориями гендерного анализа, выделяемыми лингвистами, являются две категории — «мужчина» и «женщина». По словам В. А. Детковой, мужчина и женщина предстают основой человеческого мироздания, различающимися созданиями, «жителями разных планет», но дополняющими друг друга [6. С. 54].

Для раскрытия содержания гендерного концепта «женская ментальность» эта дихотомия, базирующаяся на современном понимании гендера как социального конструкта и опирающаяся на новую теорию категоризации [4. С. 103], приводит к осмыслению женской ментальности как феномена, не заданного природой, а формирующегося в новых социальных условиях современного мира. Иными словами, новая оппозиция «мужское» — «женское» подчеркивает человеческий опыт, который изменяет представление о роли женщины в современном мире.

Гендерные представления структурируются в различные модели, одной из которых является фрейм. Согласно теории М. Минского, фрейм имеет вид сети, включающей конфигурацию узлов и связей между ними. Вершины фрейма четко выделяются, так как они образованы понятиями, справедливыми по отношению к предполагаемой ситуации. На нижних уровнях имеется набор со-

ставляющих единиц — вершин-терминалов или «ячеек» для заполнения характерными примерами или данными. М. Минский рассматривает фрейм как множество вопросов, ответы на которые раскрывают исследуемую ситуацию. В процессе анализа ситуации уточняются темы, необходимые для развертывания того или иного концепта, что позволяет конкретизировать сведения о нем с целью дальнейшего структурирования концепта [9].

Фреймовая организация концепта «женская ментальность»

На первом этапе исследования гендерного концепта «женская ментальность» были выделены ядро и периферия. Ядро чаще всего соотносится с основными значениями слов, которые его вербализуют. Как правило, это стереотипные элементы, наиболее устойчивые по своему характеру и разделяемые большинством членов социума [10]. Схематично гендерный концепт «женская ментальность» имеет вид модели, отраженной на рисунке ниже.

Моделирование фрейма гендерного концепта «женская ментальность» учитывает социальные стереотипы, присущие англоязычному языковому сознанию. Как видно из схемы, структура концепта «женская ментальность» включает два субфрейма — «женщина — female» и «ментальность — mentality». Первый из них содержит доминантный аспект концепта — согласно дефиниционному анализу выделяются три гендерно маркированных признака: 1) противопоставление мужскому полу; 2) возможность деторождения; 3) типично женские качества [12].

Второй слот (субфрейм) гендерного концепта дополняет его содержание и раскрывает отношение женщины к окружающей действительности.

Однако выявленные из лексикографических источников женские свойства имеют двойственный характер, так как стереотипные параметры включают как позитивные, так и негативные коннотации исходя из дефиниционного анализа. Лексические

единицы ladylike (refined), womanly (feminine), motherly, caring, sweet, kind, loving свидетельствуют о положительном восприятии качеств женщины, в то время как другие реакции на свойства женщины могут акцентировать негативные коннотации — a loud woman, a nagging wife, a silly woman, a doll, chicken's mind [Ibid.].

Слот № 1 можно разбить на терминалы меньшего объема: 1) биологические характеристики; 2) психологические характеристики; 3) социальные характеристики; 4) профессиональная сфера.

Биологические характеристики гендерного концепта представлены в оппозиции «мужчина» — «женщина» и отражены в дефиниции лексической единицы woman. Этот терминал включает параметры возраста (young — old), внешности (physiological attractiveness — unattractiveness), уровень развития интеллекта (clever — silly) и является практически исторически неизменным в отличие от трех других терминалов. Женский гендерный стереотип непосредственно связан с биологической привлекательностью как самым распространенным показателем женственности, в то время как женский ум не принимается всерьез [1. С. 41]. Сведения о внешности, а также о дополнительных факторах (одежда, аксессуары) по-прежнему играют большую роль в формировании женской ментальности. Мода — важный элемент жизни женщины:

Fashion is indestructible. Even in the midst of horror, this image by the legendary fashion photographer Cecil Beaton is saying, women's lives go on [14].

...editor of Vogue Audrey Withers had thrived on the idea of doing something meaningful. She realised that Vogue had a purpose beyond promulgating fashion. *It was really about influencing women's lives [Ibid.].*

Wear something noticeable, take pride in your look, don't be afraid to be daring or dramatic [13].

Гендерный концепт «женская ментальность», имеющий весьма сложную структуру, включает психологические ассоциации. В газетных статьях женская ментальность структурируется с учетом

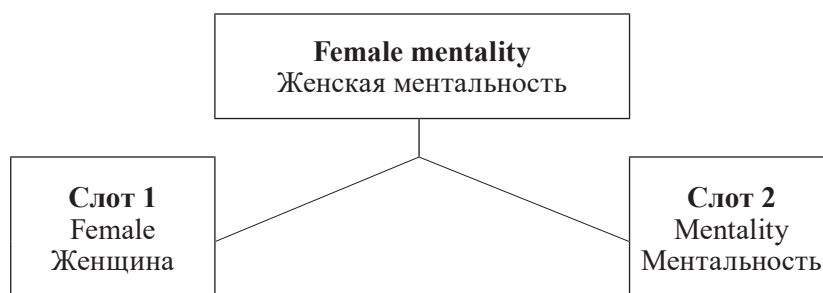


Схема гендерного концепта «женская ментальность»

разнообразных морально-психологических качеств. Психологические характеристики образуют второй терминал в составе первого слота. Контекстуальный анализ позволил выделить ряд дескрипторов, таких как *difficult, clever, brilliant, confident, grumpily wonderful, stoic, empowering, confidence building, healing and life changing*, которые акцентируют качества женщин образованных, трудолюбивых, настойчивых в достижении целей.

Третий терминал слота № 1 связан с социальным статусом женщины — ее матримониальным положением. Единственной сферой реализации женщины долгое время считалась только семья. В условиях современного мира, где женщины стремятся сначала сделать карьеру, создание семьи отходит на второй план, либо, следуя современной тенденции, женщины живут в гражданском браке, не регистрируя официально свои отношения, что в патриархальном обществе было невозможно. Лексема *partner* может использоваться для обозначения взаимоотношений, либо *boyfriend — girlfriend* может замещать оппозицию *husband — wife*.

Гендерные социальные роли подверглись серьезной трансформации, когда ведение хозяйства перестает быть прерогативой женщины. Стереотип хранительницы домашнего очага заменяется на социальный стереотип деловой (работающей) женщины, что отражается в языковом сознании в виде оппозиции лексем с мужской и женской референцией: *househusband — housewife, paternity leave — maternity leave, single father — single mother*.

Few laws can truly change society like **those that govern parental leave**, which is probably why they have changed so slowly, in a series of reluctant tweaks and fudges [14].

When the Hampstead and Kilburn MP Tulip Siddiq found out she was pregnant with her second child, “I said to Chris, my husband: ‘Thank God it’s [due at] the end of January — that means I can vote.’” *Siddiq, for her part, is not taking maternity leave* [15].

Fathers have become more engaged with their children in recent years, with *the number of stay-at-home dads rising* [14].

Четвертый терминал слота № 1 включает профессиональную сферу. Учитывая тенденцию современных женщин к реализации в профессиональной деятельности, следует отметить, что языковое сознание концептуализирует женскую ментальность с позиции уверенности, независимости, желая оказывать заметное влияние на жизнь общества. В ходе контекстуального анализа были выделены такие должности и профессии, как *editor, politician,*

actor (pejorative actress), playwright, director, chief executive, photographer, minister, engineer, fundraiser, которые подчеркивают высокую значимость карьерного успеха в жизни женщин, несмотря на то что эти лексические единицы четко указывают на гендерную асимметрию языка.

While the mind might instantly conjure up images of men in vans climbing poles and lifting manhole covers, *the reality is a number of those who kept Britain talking and Zooming were women* [Ibid.].

Natasha Carpenter was one of an army of telecoms engineers putting in “bigger pipes” for Vodafone... She left a “boring” admin job in an office 12 years ago to train as a telecoms engineer and now loves the challenge of every day being busy, and different [14].

Winsome Pinnock, *a black British female playwright* “I’ve been supported all my career, predominantly by women artistic directors” [15].

Слот № 2 «ментальность» также представляется возможным разбить на несколько блоков (терминалов): 1) система ценностей; 2) стиль поведения; 3) стереотипы поведения.

Первый терминал слота № 2, включающий ценностные характеристики женской ментальности, регистрирует тенденцию женщин откладывать рождение детей вследствие изменения релевантных ценностей. В настоящее время для женской ментальности приоритетным выступает карьерный фактор, что обуславливает повышенный интерес к образованию. Нацеленность на карьерный рост и достижение материального благополучия собственными усилиями доминируют над материнством.

In 2050, *will it be more normal for women in their 50s, or even 60s and beyond, to become mothers?* [14].

...generally, there will certainly be *more women having babies in their 40s*, unless there is a huge change in mindset [14].

The age at which women are having children is going up and up, and I can’t really see an end to that [Ibid.].

Второй терминал слота № 2 подчеркивает воинственный стиль женской ментальности. По мнению В. Ф. Нигматуллиной, женщина в современном обществе тесно связана с феминизмом и равенством с мужчинами [8. С. 112]. Благодаря достижению феминизма женщины получили доступ к мужскому миру конкуренции и новым профессиям. На первый план в современных англоязычных СМИ выступает отношение женщин к обществу:

1) Женщины борются за равноправие в профессиональной деятельности, что в настоящее время свидетельствует о высокой социальной активности.

Polly Kemp, *the actor and founder of gender equality campaign group Era 50:50*, said the research supported anecdotal accounts from female actors and directors, who have experienced sexism in UK theatre. “There’s still a sense that you’re taking a risk when you go with a woman,” she said. “The fact that we’re even still talking about it in 2020 should be shocking, but as an actor who is campaigning for increased representation, it doesn’t surprise me” [15].

The playwright Jennifer Tuckett said ACE (Arts Council England) needed to do more *to ensure gender equality* was being taken seriously at British theatres, and said the 10-year strategy did not offer any “concrete solutions” [15].

Rudd, who stepped down as an MP at the last election, was supposed to be interviewed about her earlier role as minister for women and equalities and was due to speak about *encouraging women to get into politics* [14].

Small shops and businesses run by women in London have been displaying messages of empowerment in their window fronts to celebrate International Women’s Day. Quotes and aphorisms have been written on glass panes throughout the capital this week as part of *a growing campaign to encourage female entrepreneurship*, ahead of the international day on Sunday [13].

2) Женщины стремятся брать инициативу в свои руки: в данном случае инициатива относится как к работе, профессиональной деятельности, так и к личной жизни. В языке появляются новые лексические единицы — например, понятие *girlpower* (из песни английской группы Spicegirls) обозначающее, что девушки должны перехватить инициативу в ухаживании [7. С. 69].

Women will continue to make strides in the workforce [14].

There are many recent examples of *high-profile women* who have decided to change things not by shouting the loudest or by drawing attention to themselves, but by *starting initiatives that promote other women*: take Reese Witherspoon’s multimedia brand, Hello Sunshine, Jameela Jamil’s «I Weigh» campaign (encouraging people to «weigh» their life achievements) and Sharon Horgan’s production company, Merman [14].

It’s a date that comes around only once every four years — February 29, Leap Day. It’s also a day that, for traditionalists, marks the day a woman is ‘allowed’ to propose to her partner. While, of course, *most of us believe that women can propose whenever and to whomever she pleases* [13].

3) Женщины стремятся быть независимыми: стремление к независимости проявляется в раз-

ных сферах жизни — от желания самостоятельно платить по счету в кафе *to go dutch* (быть в доле) до обращения Ms как к замужним так и к незамужним женщинам. Появление формы Ms было обусловлено стремлением женщин избегать упоминания о семейном статусе, поскольку форма Mr такой информации не содержит. Эта форма должна была вытеснить прежние формы обращения Miss и Mrs, однако этого пока не произошло [1. С. 43].

When I was a child in the 70s, it was common for me to be told to be quiet and stop showing off — at home, at school, by adults of all kinds. It was not until I was much older that I realised I was not being loud or showing off — I was just talking... [14]

Can anybody explain why, in this day and age, women are still asked on almost every form they fill in whether they are married or not? This is the only information that is gathered by asking women to opt for one of the “Mrs”, “Miss” or “Ms” options. In which scenario is this at all relevant? [Ibid.]

Ms Smith said: “Shannon (demolishing worker) has been working since she was 15... she was paying the majority of the bills and looking after her mum” [13].

Третий терминал слота № 2 включает стереотипное представление о женском поведении. К описанию стереотипного поведения представляется возможным отнести контексты, в которых женщины характеризуются как носители отрицательных качеств:

1) Женщины ведут себя неправильно: (a loud woman, a nagging wife).

Many women will say that they learned from an early age that *being loud* — whatever this means — *was not welcome behaviour* [14].

Most fundraisers are women. *It’s time to stop calling them ‘girls’ and expecting them to seduce donors* [14].

“I’ve no idea why, *you don’t have to be a man to hold a screwdriver*. When I turn up or call ahead on a job, people are really surprised a woman’s coming out to their site. A guy at a petrol station recently asked me to double check which pump I’d used because I was asking to pay for fuel at a pump next to a van with a ladder on top” [Ibid.].

2) Женщины подвергаются насилию и дискриминации: добившись юридического равноправия, женщины до сих пор являются объектом явлений дискриминации в частной и профессиональной сферах.

Hayes is a leading figure in the Million Women Rise march, for which thousands of women will head to central London on Saturday *to protest against violence against women and girls* [Ibid.].

Today's charity fundraisers are largely women — 76%, according to the Institute of Fundraising. But even in a female-dominated profession, *glass ceilings and everyday sexism still exist* [14].

Women miss out on bonuses and promotions into leadership as they balance work and family [14].

...why has Dr Katie Bouman's name fallen into a black hole? The New York Times had not mentioned her in its article on the team that captured the first photo of one, though a number of male colleagues got their names in print [13].

The girls were paid terrible compared to the men. It makes you feel stupid [15].

Заключение

Фрейм гендерного концепта «женская ментальность» включает такие параметры (сферы), которым женщины в настоящее время уделяют большое внимание. Семейно-родственный статус, материнство, как показало проведенное исследование, не является приоритетным для феномена «женская ментальность». Профессиональная деятельность женщин акцентирует серьезный сдвиг ролевых отношений — с домохозяйки на деловую (работающую) женщину, что влечет за собой существенное изменение женской ментальности. Ментальность как социальный феномен подвергается изменению, хотя изменения

в ней происходят медленно [3. С. 17]. Понадобилось несколько веков, чтобы стереотипные представления о женской ментальности, ограничившей деятельность женщин семьей, детьми, домом, бытом, изменились в пользу независимости, феминизма, равенства с мужчинами, карьерных успехов.

В результате контекстуального анализа текстов англоязычных СМИ и когнитивного моделирования представляется возможным выделить следующие релевантные характеристики фреймовой организации гендерного концепта «женская ментальность»: фрейм состоит из двух основных слотов (субфреймов), которые разбиваются на несколько блоков, меньших по объему. Гендерный концепт «женская ментальность» основан на фундаментальной оппозиции «мужское» — «женское». Однако анализ фактического материала показал, что современная женская ментальность стремится избегать поляризованных отношений «мужчина» — «женщина» и выступает против гендерной дискриминации. Многослойность и изменчивость первого слота гендерного концепта влияют на содержание второго слота данного концепта. Содержание гендерного концепта претерпело значительное изменение в современном обществе, что является следствием изменения социальной роли женщины как носительницы женской ментальности.

Список литературы

1. Архипенко О. С., Никитинская Л. В. Национально-культурная специфика концепта «Woman» как выражение английской ментальности // Актуальные вопросы когнитивной лингвистики. Чебоксары: Чуваш. гос. пед. ун-т, 2011. С. 38—43.
2. Буянова А. Ю., Начкебия Э. В. Ментальность как лингвистическая категория // Культурная жизнь Юга России. 2009. № 4 (33). С. 82—85.
3. Горбенко А. Ю., Демкина Е. В. Генезис и сущность понятий «ментальность», «социальная ментальность» // Вестник Адыгейского гос. ун-та. 2015. Вып. 4 (169). С. 15—22.
4. Гриценко Е. С. Язык. Гендер. Дискурс. Н. Новгород, 2005.
5. Гуревич А. Я. Книга Всеобщая история: Дискуссии, новые подходы. Вып. 1. М., 1989. С. 75—89.
6. Деткова В. А. Отражение женской ментальности в русских и английских поговорках семантической группы «семейные отношения» как иллюстрация национального характера // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 4 (34), ч. 3. С. 53—57.
7. Коногорова А. В. Концепт «женщина» // Вестник Бурятского гос. пед. ун-та. Языкознание и литературоведение. 2010. № 11. С. 66—69.
8. Нигматулина В. Ф. Концепт «женщина» в представлении англоговорящих реципиентов (на примере мужских анкет) // Язык. Культура. Коммуникация. Ульяновск, 2008. С. 109—114.
9. Минский М. Фреймы для представления знаний. URL: <https://litres.ru/M/minskij-marvin...predstavleniya-znaniy> (дата обращения 24.07.20).
10. Пицун М. А., Рогозина И. В. Гендерные стереотипы и гендерные когнитивные эталоны. Вопросы терминологии. URL: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/givl.pdf> (дата обращения 04.05.2018).
11. Стрельник О. Н. Ментальность как проблема философии и науки // Вестник РИДН. Сер.: Философия. 2016. № 1. С. 35—43.

12. Collins Concise Dictionary. Harper Collins Publ., 1999. 1740 p.
13. The Evening Standard. URL: www.standard.co.uk (дата обращения 03.08.20).
14. The Guardian. URL: www.guardian.co.uk (дата обращения 01.08.20).
15. The Observer (дата обращения 27.01.20).

Сведения об авторах

Королева Ольга Петровна — кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка Высшей школы перевода Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова, Нижний Новгород, Россия. Queeno19@mail.ru

Коробова Наталия Владимировна — кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка Высшей школы лингвистики, педагогики и психологии Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова, Нижний Новгород, Россия. nataliekorobova2017@inbox.ru

Цыбина Надежда Александровна — кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка Высшей школы лингвистики Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н. А. Добролюбова, Нижний Новгород, Россия. tsnadezhda@yandex.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.

2021. No. 1 (447). *Philology Sciences. Iss. 123. Pp. 82—88.*

COGNITIVE MODELLING OF THE GENDER CONCEPT “FEMALE MENTALITY”

O. P. Koroleva

Nizhny Novgorod State Linguistic University, Nizhny Novgorod, Russia. Queeno19@mail.ru

N. V. Korobova

Nizhny Novgorod State Linguistic University, Nizhny Novgorod, Russia. nataliekorobova2017@inbox.ru

N. A. Tsybina

Nizhny Novgorod State Linguistic University, Nizhny Novgorod, Russia. tsnadezhda@yandex.ru

The article deals with the ways of structuring the gender concept “female mentality” in English-speaking mass-media from the perspective of cognitive modeling. The cognitive model of the gender concept has a hierarchical frame structure revealing its contents by means of filling in the slots of the frame. The gender concept «female mentality» dealing with the opposition “man — woman” is based on stereotypes which are maintained or violated in modern society. The analysis of the material enables to describe the characteristic features of the phenomenon of female mentality in texts of mass-media and come to the conclusion that contemporary female mentality aims at opposing polarized relations and gender discrimination. The contents of the gender concept “female mentality” reveal the changes it has undergone.

Keywords: *gender, concept, mentality, frame, cognitive modeling, stereotype.*

References

1. Arhipenko O. S, Nikitinskaja L. V. (2011) Nacional’no-kulturnaja specifika koncepta Woman kak vyrazhenije anglijskoj mentalnosti [The national-cultural peculiarity of the concept Woman as a means to express English mentality]. *Aktual’nyje voprosy kognitivnoj linvistiki* [Actual questions of cognitive linguistics]. Cheboksary. Pp. 38—43 [in Russ.].
2. Buyanova A. Yu., Nachkebija E. V. (2009) *Kul’turnaja zhizn’ yuga Rossii*, no. 4 (33), pp. 82—85 [in Russ.].
3. Gorbenko A. Yu., D’emkina E. V. (2015) *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 4 (169), pp. 15—22 [in Russ.].
4. Gricenko E. S. (2005) *Yazyk. Gender. Diskurs*. [Language. Gender. Discourse]. N. Novgorod. 267 p. [in Russ.].
5. Gurevich A. Ya. (1989) *Kniga vseobshhaja istorija: disskussii, novyje podhody* [The book of world history: discussions, new approaches]. Iss. 1. Pp. 75—89 [in Russ.].

6. Detkova V. A. (2014) *Filologičeskije nauki. Voprosy teorii i praktiki*, no. 4 (34), pp. 53—57 [in Russ.].
7. Konogorova A. V. (2010) *Vestnik Burjatskogo gosudarstvennogo pedagogičeskogo universiteta. Serija: Yazykoznanije i literaturovedenije*, no. 11, pp. 66—69 [in Russ.].
8. Nigmatulina V. F. (2008) Koncept «zhenshhina» v predstavlenii anglogovorjashih recipientov (na primere mužskih anket) [Concept «woman» in the representation of English-speaking recipients (on the example of men's questionnaires)]. *Yazyk. Kul'tura. Kommunikacija* [Language. Culture. Communication]. Ul'janovsk. Pp. 109—114 [in Russ.].
9. Minskij M. Frejmy dlja predstavlenija znaniy. [Frames for presentation of knowledge]. Available at: <https://litres.ru/M/minskij-marvin...predstavleniya-znaniy>, accessed 24.07.20 [in Russ.].
10. Picun M. A., Rogozina I. V. Gendernyje stereotypy i gendernyje kognitivnyje etalony [Gender stereotypes and gender etalon]. Available at: <file:///C:/Users/Admin/Downloads/givl.pdf>, accessed 04.05.18 [in Russ.].
11. Strel'nik O.N. (2016) *Vestnik Rossijskogo universiteta družby narodov. Serija: Filosofija*, no. 1, pp. 35—43 [in Russ.].
12. Collins Concise Dictionary. Harper Collinns Publ., 1999. 1740 p.
13. The Evening Standard. Available at: <http://www.standard.co.uk>, accessed 03.08.20.
14. The Guardian. Available at: <http://www.guardian.co.uk>, accessed 16.02.2019.
15. The Observer, accessed 27.01.20.