



Gulshan ALIYEVA,

Buxoro davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi

E-mail: nice.gulshan@bk.ru

BuxDU dotsenti, DSc M.Axmedova taqrizi asosida

GENDER STEREOTYPES IN THE CONTEXT OF LANGUAGE AND CULTURE

Annotation

This article analyzes the formation of gender stereotypes in the context of language and culture, their linguistic expression, and socio-cultural impact. The study focuses on how male and female images are represented in culture and how gender roles are reinforced through stereotypical linguistic units. The article reveals the connection between gender-related metaphors, phraseological units, and expressions with the values of society.

Key words: Gender, stereotype, language, culture, linguoculture, gender roles, linguistics.

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В КОНТЕКСТЕ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ

Аннотация

В данной статье рассматривается формирование гендерных стереотипов в контексте языка и культуры, их лингвистическое выражение и социально-культурное воздействие. В исследовании акцент сделан на то, как образы мужчин и женщин представлены в культуре и как гендерные роли укрепляются через стереотипные языковые единицы. В статье раскрывается связь гендерно окрашенных метафор, фразеологизмов и выражений с общественными ценностями.

Ключевые слова: Гендер, стереотип, язык, культура, лингвокультура, гендерные роли, лингвистика.

TIL VA MADANIYAT KONTEKSTIDA GENDER STEREOTIPLARI

Annotatsiya

Mazkur maqolada til va madaniyat kontekstida gender stereotiplarining shakllanishi, ularning lingvistik ifodasi va ijtimoiy-madaniy ta'siri tahlil qilinadi. Tadqiqotda madaniyatda erkak va ayol obrazlari qanday ifodalanganligi, tildagi stereotipik birliklar orqali gender rollarining mustahkamlanishiga e'tibor qaratilgan. Maqola genderlik mazmunidagi metafora, frazeologizm va iboralarning jamiyatdagi qadriyatlar bilan aloqadorligini ochib beradi.

Kalit so'zlar: Gender, stereotip, til, madaniyat, lingvomadaniyat, gender rollari, tilshunoslik.

Введение. Понятие гендера стало центральным в современных социальных и гуманитарных науках. Этот термин включает в себя не только биологические различия, но и культурно и социально обусловленные роли. Гендерные стереотипы в языке отражают социальные ожидания, роли и ценности в отношении мужчин и женщин. Эти стереотипы часто связаны с древними культурными традициями, религиозными верованиями и патриархальными системами. Таким образом, язык является одним из основных факторов, усиливающих гендерные различия и стереотипы. Основная цель статьи – проанализировать, как гендерные стереотипы проявляются в языке и культуре, и определить их влияние на общественное сознание.

Обзор литературы. Взаимосвязь между гендером и языком широко изучалась в области лингвистики, социологии и культурологии. Дебора Таннен (1990) выразила различия в использовании языка мужчинами и женщинами через понятие «гендерлекта». Джудит Батлер (1999) рассматривала гендер как социальный конструкт и анализировала его развитие посредством языка. Хотя исследований по гендерным вопросам в узбекском языкоизнании недостаточно, некоторые работы имеются (Ш. Рахматуллаев, З. Муминова).

В лингвистике и культурологии гендерные стереотипы чаще всего изучаются через народные пословицы, легенды и литературные тексты.

Методология исследования. В исследовании использовались следующие методы:

- Дискурсивный анализ – для анализа гендерных стереотипов в языке.
- Лингвокультурологический подход – для выявления языковых единиц, связанных с культурными ценностями.
- Сравнительный анализ – для сравнения гендерных стереотипов в узбекском и английском языках.
- Контент-анализ – для анализа гендерного контента на основе пословиц, материалов прессы и учебников.

Анализ и результаты. На основании анализа, проведенного в данной статье, были получены следующие результаты. Язык и культура неразрывно связаны и служат важным фактором формирования гендерных стереотипов. Стереотипные единицы, выраженные в языке – метафоры, фразеологизмы и выражения – являются отражением гендерных взглядов и ценностей в обществе. В культуре образы мужчин и женщин формируются на основе традиционных ролей и закрепляются в языке. Женщины изображаются более эмоциональными, мягкими и ориентированными на семью, в то время как

мужчины — сильными, умными и лидерами. Гендерные роли воспроизводятся в языке, обеспечивая их преемственность в обществе. Стереотипные выражения, широко используемые в языке, могут препятствовать изменению этих ролей. Гендерные метафоры и фразеологизмы, встречающиеся в языке, напрямую связаны с патриархальными ценностями в обществе и рассматриваются не только как лингвистическое, но и как социокультурное явление. Данное исследование подтверждает необходимость анализа гендерных стереотипов с лингвистической и культурной точки зрения и предполагает, что следует уделять больше внимания этой проблеме в лингвистике.

Гендерные стереотипы в языке.

1. Пословицы и афоризмы. Такие пословицы, как «Голова мужчины — шея женщины», «Даже мудрец поражён терпением женщины», изображают мужчин превосходящими, а женщин — покорными. В узбекской культуре женщины в большей степени ассоциируются с терпением, домом и воспитанием, а мужчины — с силой, умом и инициативой.

2. Язык рекламы и СМИ. Женщины в основном представлены в рекламе косметики, кулинарии и воспитания детей, а мужчины — в рекламе автомобилей, бытовой техники и бизнеса. Это закрепляет роли, которые считаются «нормальными» для мужчин и женщин в обществе.

3. В словосочетаниях. «Женский ум», «мужская речь», «работать как мужчина», «женская нежность» — эти сочетания скрывают гендерные стереотипы. Женщины ассоциируются с эмоциональной привязанностью, а мужчины — с умом и силой.

Обсуждение. Стереотипные единицы в языке отражают гендерные различия в обществе и передают их из поколения в поколение. Это явление формирует не только язык, но и сознание, социальную среду. Единицы языка, изображающие женщин слабыми, а мужчин — лидерами, создают основу для гендерного неравенства. Поскольку культура отражается в языке, глубокое понимание гендерных подходов в обществе возможно посредством лингвистического и культурного анализа. Сегодня для обеспечения гендерного равенства необходимо понимать и критически оценивать языковые стереотипы.

Язык — это не только средство коммуникации, но и отражение общественного сознания и культуры. В частности, гендерные стереотипы закрепляются в сознании через язык. Гендерные выражения, стили речи и формы выражения в языке закрепляют роли, которые общество ожидает от мужчин и женщин. Поэтому гендерные стереотипы следует изучать не только с социологической или культурной, но и с лингвистической точки зрения. В этом разделе подробно анализируется, как гендерные стереотипы проявляются в языке, как они влияют на культуру и каковы последствия этого.

1. Классификации стереотипов в языке и их корни. В языке существует множество стереотипных слов и фраз, связанных с мужскими и женскими образами: «женщина глупа», «мужчина не отступает», «хотя я женщина», «у меня мужество мужчины». Эти выражения уходят корнями в древние патриархальные мировоззрения. Они подкрепляются культурой и передаются через язык. Эти стереотипы изображают женщин в обществе слабыми и эмоциональными, а

мужчин — сильными, мудрыми и решительными. Это показывает, что язык не нейтрален, а гендерно обусловлен.

2. Гендерные различия, обусловленные языковыми особенностями. Было обнаружено, что существует множество различий между мужской и женской речью. Например, женщины склонны говорить тише, выразительнее, с избытком слов; мужчины говорят коротким, властным тоном. Это часто зависит от культурного контекста языка. Более того, лингвисты (например, Дебора Таннен) называют эти различия в женской и мужской речи гендерлектами. Такие различия обусловлены социальными ролями и ожиданиями и неизбежно отражаются в языке.

3. Гендерные стереотипы в рекламе и СМИ. Реклама и СМИ не только отражают, но и формируют и усиливают гендерные стереотипы, существующие в обществе. В рекламной продукции женщины часто изображаются как домохозяйки, следящие за своей внешностью или романтические личности, в то время как мужчины — как сильные, целеустремленные, финансово независимые личности. Такой подход приводит к однобокой интерпретации гендерных ролей и исключает женщин из социально-политической и интеллектуальной сфер.

Визуальные и вербальные образы в СМИ — реклама, сериалы, газетные заголовки, новости и интернет-контент — постепенно внедряют стереотипные представления в общественное сознание. В результате молодое поколение формируется, оценивая «роли» женщин и мужчин только через призму традиционных стандартов. Хотя появление рекламы и медиапродукции, пропагандирующей гендерное равенство, является сегодня позитивным явлением, многие рекламные объявления по-прежнему изображают женщин как объекты, а мужчин — как субъекты. Это препятствует полной реализации принципов равенства в обществе.

В рекламных текстах образы женщин и мужчин четко разграничены: женщины ассоциируются с красотой, домом и детьми; Мужчины изображаются как существа, связанные с властью, финансовой свободой и технологиями. Например, в рекламе косметики: «Для женщин элегантность — это сила», а в рекламе автомобиля для мужчин: «Сила для настоящих мужчин». Такие образы усиливают гендерные стереотипы. Это достигается не только с помощью языка, но и с помощью визуальных образов. Язык здесь служит инструментом, но стереотипы определяют содержание.

4. Ценности в культуре и их влияние на язык. Язык — это не только средство общения, но и явление, отражающее культурную память и систему ценностей общества. Каждая культура имеет свои исторические, религиозные, социальные и моральные ценности, которые прямо или косвенно выражены в языке. Например, такие понятия, как «уважение к старшим и детям», «гостеприимство», «честь», «честность» в узбекском языке стали основными столпами народной культуры и передаются из поколения в поколение посредством языка. В культуре женщины ассоциируются с такими ценностями, как порядочность, терпение, надёжность, чистоплотность. Мужчины — с лидерством, силой, мужеством и мышлением. Эти ценности отражены в языковых

сочетаниях: «женщина – это женщина...», «мужская гордость», «девушка сидит дома», «мужчина контролирует себя». Язык играет активную роль носителя этих ценностей. Именно благодаря ему стереотипы не только живут, но и передаются из поколения в поколение. Ценности нормируются через язык.

5. Социальная несправедливость, происходящая из стереотипов. Гендерные стереотипы часто исключают женщин из общественно-политической деятельности. Например, ассоциирование женщин только с домом и детьми, а также отрицание их мнений как «эмоциональных», «необоснованных» исключают женщин из важных ролей в обществе. Мужчины же, в свою очередь, вынуждены постоянно проявлять силу и стойкость. Это также приводит к тому, что мужчины подвергаются психологическому давлению. Следовательно, гендерные стереотипы являются ограничением не только для женщин, но и для мужчин.

6. Необходимость пересмотра языка для достижения равенства. Сложно говорить о гендерном равенстве, не меняя язык. Во многих языках появляются гендерно-нейтральные слова: в английском языке «firefighter» вместо «fireman», «chairperson» вместо «chairman». В узбекском языке язык, поощряющий активность женщин, также может быть использован посредством новых выражений, таких как

«aqila ayol» и «jasoratli ona». Кроме того, учебники и печатные издания должны в равной степени отражать роли мужчин и женщин. Это поможет постепенно устраниить стереотипы в сознании посредством языка.

7. Критический подход и меняющаяся природа языка. Язык постоянно меняется. По мере изменения общества язык также принимает новые формы. Критическая лингвистика и феминистская лингвистика выявляют гендерное неравенство в языке. Например, добавление компонента «женщина» в такие выражения, как «женский футбол», «женщина-ученый», «женщина-водитель», подразумевает, что эта деятельность относится к «мужской сфере». Это централизованное представление гендера через язык. Лингвистика является важным инструментом для выявления этих ситуаций, их актуализации и уравнивания.

Заключение. Исследование показывает, что гендерные стереотипы широко распространены в языке и культуре и играют важную роль в формировании общественного сознания. Стереотипные выражения в языке изображают женщин более пассивными, а мужчин — доминирующими. Эта ситуация закреплена в сознании посредством культурных кодов и создает риск усиления социального неравенства. Следовательно, для достижения гендерного равенства необходимо переосмыслить как язык, так и культуру на основе критического подхода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Таннен Д. Вы просто не понимаете: женщины и мужчины в разговоре. 1990.
2. Батлер Дж. Гендерные проблемы: феминизм и подрыв идентичности. 1999.
3. Рахматуллаев Ш. Язык и общество. Ташкент, 2005.
4. Моминова З. Введение в лингвистику. Ташкент, 2011.
5. Лакофф Р. Язык и место женщины. 1975.
6. Экерт П., Макконнелл-Жине С. Язык и гендер. 2003.
7. Кэмерон Д. Перформанс гендерной идентичности. 1997.
8. Талиб А. Пословицы и современная мысль. Самарканд, 2012.
9. Холмс Дж. Введение в социолингвистику. 2013.
10. Гафуров А. Основы культурологии. Ташкент, 2010.