

Şabanova Aysel Məhəmməd qızı⁵
İNGİLİS DİLİNDƏ İŞLƏNƏN FRAZELOGİZMLƏRDƏ
GENDER STEREOTİPLƏRİ

Dil amili sosial davranışın bütün aspektlərində özünü göstərir. Son 20-30 il ərzində dil və gender münasibətləri ilə bağlı bir sıra tədqiqatlar aparılmışdır. Gender – fərdlərin cəmiyyətdəki davranışını, sosial mühitin bu davranışa təsirini cinsə görə müəyyən edən eləcə də kişi və qadınların ictimai həyatın müxtəlif sahələrində sosial davranış qaydalarını formalaşdıran, bu qaydalar arasındakı eynilikləri və fərqləri müəyyənləşdirən xüsusiyyətlərin cəmini ifadə edən termindir. Əslində, dil və gender məsələsi XX əsrin əvvəllərindən araşdırılmağa başlamışdır. İlk dəfə F.Mautner və O.Yesperson Avropa dilləri əsasında gender məsələsini tədqiq etmişdir. F.Mautner qadın və kişi nitqi arasındakı fərqi tarixi səbəblərlə izah edirdi. O qeyd edirdi ki, heç də təsadüfi deyil ki, qədim Yunan və Roma dövründə teatrda bütün rolları kişilər ifa edirdi və həmin kişilərin nitqi etalon hesab edilirdi. O.Yespersona görə, kişi və qadınlar dilin inkişafına özünəməxsus şəkildə təsir göstərir. Yesperson kişi və qadın nitqinin səciyyəvi xüsusiyyətləri belə izah etmişdir: “Qadınlar dildən ənənəvi şəkildə istifadə edirlər, onlar kişilərə nisbətən daha mühafizəkar olurlar və qadınların nitqi əsasən sabit olur. Kişilər isə əksinə dəyişkənliyə və yeniliyə meyilli olurlar. Xarici dilin öyrənilməsi məsələsində də kişilər qadınlara nisbətən daha aktiv olur, qadınlar daha çox monolinkvist olur” (1, 39). Əlbəttə, Yespersonun müddəaları həmin dövr üçün xarakterik idi və müasir cəmiyyətdə bu müddəalar özünü doğrultmur.

Sonrakı dövrlərdə dil və gender münasibətlərinə dair tədqiqatçıların əksəriyyətinin qadın olması bu araşdırmaların uğurla başa çatdırılmasına mane olan amil idi. Beləki, illər ərzində mövcud olmuş və hələ də bəzi ölkələrdə davam edən gender ayrışdırıcı məsələsi qadın tədqiqatçılara işlərini uğurla başa çatdırmağa əngəl törədirdi. Bu sahədə atılan ilk addım Amerika alimi Robin Lakoff tərəfindən atılmışdır. 1970-ci ilin əvvəllərindən dil və gender məsələsini araşdıran alim haqqı olaraq qeyd etmişdir ki, bu sahənin müəyyən islahatlara ehtiyacı var. Çünki, 1970-ci ilə kimi dil gender məsələlərinə həsr olunmuş tədqiqatlar elmi əsaslı deyildi, onların demək olar ki, hamısı intuitiv-təsviri xarakter daşıyırdı. Robin Lakoff tədqiqatları digər alimlər üçün də təkan oldu və bu sahədə çoxsaylı araşdırmalar aparılmağa başladı. Lakin onu da qeyd etmək lazımdır ki, Lakoff və onun tərəfdarlarının tədqiqatlarında feminist xüsusiyyətləri hiss olunurdu. Onların fikirlərində daha çox qadın və kişi ayrışdırıcı məsələsi qabardılırdı (2). Əslində, hətta indiki dövrdə də qadın və kişi arasında sosial fərqlər mövcuddur. Bu fərqlər uşaq yaşlarından başlayaraq təbliğ edilməyə başlanılır. Cəmiyyətdə oğlan və qız uşaqları üçün formalaşdırılan davranış qaydaları mövcuddur. Məsələn, “Oğlanlar ağlamaz”, “Oğlanlar heçnədən qorxmamalıdır”, “Qızlar ev işlərində analara kömək etməlidir” və s. Bu cür fikirlər artıq kiçik yaşlardan onlar arasındakı sosial fərqləri üzə çıxarır. Maraqlısı ondan ibarətdir ki, bun qəlibləşmiş bu fikirlər yalnız ingilis yaxud Azərbaycan cəmiyyətində deyil, bir sıra ölkələrdə eynidir. Yaş artdıqca da oğlan və qız uşaqları fərqli sosial münasibətlərlə qarşılaşırlar. Silah, maşın tipli oyuncaqlar yalnız oğlanlara, gəlinçiklər və s. yalnız qızlara alınır, çəhrayı, qırmızı və s. rəngdə paltarları qızlar, mavi, göy və s. rəngdə paltarları əsasən oğlanlar geyinir, fiziki güc tələb edən işlərə oğlanlar, təmizlik işlərinə isə qızlar cəlb edilir. Göründüyü kimi, uşaq yaşlarından başlayan bu assimetriya get - gedə dərinləşir. Lakoff öz araşdırmalarında bu assimetriyanın daha dərin laylarına toxunmuşdur. Lakoffun araşdırmalarının bir neçəsini nəzərdən keçirək: İngilis dilində ailə qurmamış kişi və qadın uyğun olaraq, *bachelor* və *spinster* kimi tərcümə olunur. Lakin *bachelor* istənilən yaşda olan subay kişi mənasını ifadə etsə də, *spinster* yaşı ötmüş, ailə qurmaq şansı az olan qadın mənasında işlənir. Digər bir misal: Bildiyimiz kimi, ingilis dilində evli qadınlara *Mrs*, subay qadınlara isə *Miss* deyər müraciət edilir. Lakoff buna etiraz edərək, qeyd etmişdi ki, niyə qadınlara müraciət forması onların kişilərlə olan münasibətindən asılı olmalıdır?! Kişilərə isə evli yaxud subay olmasından asılı olmayaraq *Mr* müraciət edilir (2, 24). Gördüyümüz kimi, Lakoffun tədqiqatları əsasən cəmiyyətdəki kişi və qadın ayrışdırıcılığının dildəki əksini əhatə edirdi. Burada kişi və qadınların dildən istifadəsi məsələsinə tam aydınlıq gətirilməmişdir.

Müasir dövrdə gender problemi müxtəlif elm sahələrinin tədqiqat obyektinə çevrilmişdir. Frazeologiya da bu baxımdan istisna təşkil etmir. Bu və ya digər dildə sosial təsəvvürlərin formalaşmasına təsir edən, cəmiyyətdə kişi və qadına münasibəti, gender mənsubluğunu ifadə edən xeyli sayda frazeologizmlərə rast gəlmək mümkündür. Frazeologizmlərin gender tədqiqatları əhəmiyyətli və aktual məsələlərdəndir. Belə ki, onların əsas problemləri qadınlara və kişilərə qarşı sosial münasibətləri formalaşdıran mədəni və sosial amillər, eləcə də müəyyən bir cinsə aid olan linqvistik xüsusiyyətlərdir. Bu tədqiqatlarda əsas məqsəd gender konsepsiyalarını formalaşdıran (xalqın tarixini, milli-mədəni və etimoloji xüsusiyyətləri nəzərə almaqla) müxtəlif aspektlərin öyrənilməsidir. İngilis frazeologizmlərində işlənən gender stereotiplərini araşdırarkən onları şərti olaraq 3 qrupda təhlil etmişik: gender frazeologizmlərdə 1) bioloji xüsusiyyətləri; 2) psixoloji portreti 3) sosial münasibətlər.

Frazeologizmlərdə genderlərin bioloji xüsusiyyətləri dedikdə, onların yaşı və xarici görünüşü nəzərdə tutulur. İngilis frazeologiyasında subyektlərin xarici görünüşünü ifadə edən xeyli sayda frazeologizmlərə rast gəlmək mümkündür. Bu frazeologizmlərin əksəriyyətində maskulin stereotipləri subyektin sadəcə xarici görünüşünü, feminin stereotipləri isə əsasən subyektin gözəlliyini, tərəvətini əks etdirir. Məsələn, *a mountain of flesh* (hündür və kök kişi); *tall as may-pole* (uzunduraz, əsasən kişilərə aid olur); *string bean* (çox arıq insana, daha çox kişilərə kinayə yaxud zarafatla deyilən ifadə); *cover girl* (qadının çox gözəl olduğunu bildirmək üçün işlədilən ifadə); *fresh as daisy* (cavan, tərəvətli qız); *fair as lily* (gözəl qız) və s. Bununla belə, yaraşılıq kişi məhfumunu da ifadə edən frazeologizmlər vardır. Məsələn: *prince charming* (yaraşılıq oğlan); *silk stocking* (dəblə geyinən kişi) və s.

⁵ Azərbaycan Dillər Universiteti

İngilis frazeologiyasında subyektlərin yaşını əks etdirən frazeologizmlər də vardır. Məsələn, *old boy* (yaşlı kişi); *Jack the Lad* (yüngül həyat tərzini keçirən cavan kişilərə deyilir), *sugar daddy* (cavan qadınlara meyil edən varlı və yaşlı kişi) və s. Göründüyü kimi bu frazeologizmlərin böyük əksəriyyəti kişi cinsinə aid subyektlərin yaşını göstərir. Belə ki, "Qadınlardan yaş soruşmazlar" etiket qaydası ingilis mədəniyyəti üçün də xarakterikdir və bununla bağlı ingilislər də atalar sözləri də vardır: " *a man is as old as he feels and a woman as she looks*" (kişi hiss etdiyi, qadın isə göründüyü yaşdadır). Bir çox dünya dilləri kimi, ingilis dilində də "kişi" məhfumu mərdlik, güc, qüdrət, dayaq və s. anlayışlarla assosiasiya edilir. Bunun əksi olaraq "qadın" məhfumu incəliyi, zərifliyi, qayğı, analığı ifadə edir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, kişi üçün xas olan keyfiyyətləri (*man-up!* – *kişi ol!*, *özünü ələ al!*) qadınlara ünvanladığında, bu bir növ tərif, qadına xas keyfiyyətləri (*play the woman* – *özünü qadın kimi aparmaq*) kişilərə aid etdikdə isə neqativ hal, hətta təhqir hesab edilir. Bu xüsusiyyətlər ingilis frazeologiyasında da öz əksini tapmışdır. Subyektin psixoloji portretini ifadə edən frazeologizmləri iki qrupda təhlil edək:

1) *Subyektin psixoloji portretini ifadə edən maskulin frazeologizmlər*. Məsələn, *a stout heart* (mərd); *a heart of oak* (cəsur, qorxmaz); *knight without fear and reproach* (igid cəngavər) *man of his hands* (bacarıqlı); *like a Trojan* (qəhrəmancasına) və s. Yuxarıda qeyd edilən nümunələrin əksi olaraq, zəif xarakterli qorxaq kişiləri ifadə edən frazeologizmlərdə vardır, məsələn, *cream puff* (nərmənəzik oğlan); *a nancy boy* (ana uşağı); *a babe in the wood* (*həddindən artıq sadəlövh oğlan*).

Maskulin frazeologizmlərin bir qismi düzgünlük, sədaqət, ədalətlik və digər xüsusiyyətləri ifadə etmək üçün işlədilir: *man Friday* (sadiq); *square John* (dürüst), *mr. Clean* (etibarlı) və s. Bununla belə, ingilis dilində neqativ mənə ifadə edən maskulin frazeologizmlərə də rast gəlmək mümkündür. Məsələn, *clever Dick* (çoxbilmiş, kinayə ilə deyilən ifadədir); *Paul Pry* (başqalarının işinə burnunu soxan) və s. Maskulin frazeologizmlər subyektin intellektual səviyyəsini təsvir etmək üçün işlədilir: *bright boy* (zəkali oğlan); *a man of note* (görməli, ağıllı); *fast worker* (zirək, diribaş); *slow coach* (küt, gec dərkədən); *lame under the hat* (axmaq) və s.

2) *Subyektin psixoloji portretini ifadə edən feminin frazeologizmlər*. İngilis dilində bu qrupa daxil olan frazeologizmlərin əksəriyyəti hiyləgərlik, məkrilik ifadə etmək üçün işlədilir: *forbid a thing and that women will do* (nəyisə qadağan etsən, qadın onu mütləq edəcək); *please one's eye and plague one's heart* yaxud *to marry money* (kişinin maddi imkanına görə onunla ailə quran qadın) və s. Buraya aid olan frazeologizmlərin bir qismində isə boşboğazlıq, sirr saxlama bilməmə kimi xüsusiyyətlər əks olunur. Məsələn, *a sieve will hold water better than a woman's mouth* (aşsüzən suyu daha yaxşı saxlayır, nəinki qadın sözü), *old wife* (şayiə yayan qadın) və s. Qadınlarda kişilərə nisbətən daha şiltaq olması, küsməyə daha meyilli olması və eyni zamanda kişilərə nisbətən daha güclü intuisiyaya malik olması frazeologizmlərdə də öz əksini tapmışdır: *Molly Coddle* (şiltaq qadın); *bitch kitty* (çətin xarakteri olan inadkar qadın); *women's instinct is often truer than men's reasoning* (qadının intuisiyası kişinin əminliyindən dəqiqdir). Psixoloji portret ifadə edən feminin frazeologizmlər qadınlara xas olan sədaqət, məhrəbanlıq, qayğıkeşlik, güclülük kimi müsbət xüsusiyyətləri də əks etdirir. Məsələn: *sister Ann* (sədaqətli, etibarlı rəfiqə); *dragon lady* (iddialı qadın); *behind every great man there's a great woman* (hər güclü kişinin arxasında güclü qadın var) və s. Feminin frazeologizmlərin bir qismi də intellektual zəkani ifadə etmək üçün işlədilir. Uzun tarixi dövr ərzində bir çox ölkələrdə olduğu kimi ingilis cəmiyyətində də kişilər aparıcı mövqedə idi. Ölkənin sosial-iqtisadi, eləcə də siyasi həyatında kişilərin üstünlüyü danılmaz idi. Bu baxımdan ingilis dilində işlənən bir sıra frazeologizmlərdə kişilər qadınlara nisbətən daha ağıllı təsvir edilirdi. Qadınlarda isə yalnız evdə təmizlik yaratmaq, uşaqlara baxmaq və təsərrüfat sahəsində çalışmaq idi. Məsələn: *women have long hair and short brain* (qadınlarda saçları uzun olsa da ağılları azdı); *dumb bunny* (ağılsız qız); *a woman's place is at home* (qadının yeri yalnız evdir); *to do the honours* (ev işləri görmək) və s. Gender frazeologizmlərinin şərti olaraq üçüncü bölgüsündə onlar arasında sosial əlaqələr, daha doğrusu ailədaxili münasibətlər və cəmiyyətdəki mövqeləri əks edilir. Kişilər bir sıra ölkələrdə olduğu kimi, ailə başçısı, ailəni saxlayan, qadınlar isə ailəni daxildən qoruyan funksiyasını daşıyır: *men make houses, women make homes* (evi kişi alsın da, o evi ocaq edən qadındır); *family man* (ailəcanlı kişi); *man of the house* (ailə başçısı) və s. Yuxarıda qeyd edilənlərin əksi olaraq, ailəni saxlayan qadın, qadınlardan asılı olan kişiləri təsvir edən frazeologizmlər də vardır. Məsələn, *the New Man* (hər fi mənası yeni növ kişi olan bu frazeologizm qadınlara kimi kişilərdə ev işləri görməsi, yemək bişirməsi, uşağa baxması və s. funksiyaları yerinə yetirməsinə normal baxan kişilərə deyilir); *to wear trousers* (ailəni saxlayan və evdə kişidən daha çox nüfuzə malik olan qadın) və s. Üçüncü qrupa daxil olan frazeologizmlərin içərisində kişi və qadınlarda cəmiyyətdəki mövqelərini əks etdirən xeyli sayda nümunələr vardır: *key boy* (idarəedən); *a man of rank* (rütbəli şəxs); *woman of the world* (təcrübəli, müdriik qadın) və s.

Göründüyü kimi, gender frazeologizmlər ingilis frazeologiyasının xüsusi bir layını təşkil edir və əsasən subyektin xarici görünüşünü, psixoloji vəziyyətini və sosial münasibələrini əks etdirir. Xarici görünüş ifadə edən gender frazeologizmlərdə qadınlarda gözəllik, zərəfət, kişilərdə isə fiziki güc daha çox qabardılmışdır. İkinci qrupa daxil olan frazeologizmlər subyektin daxili və mənəvi aləmini, eləcə də intellektual səviyyələrini göstərmək üçün işlədilir. Kişi və qadınlarda uyğun olaraq təmkin, sadiqlik, dürüstlük, qayğıkeşlik boşboğazlıq, hiyləgərlik və s. xüsusiyyətlər təsvir edilir. Nəhayət, subyektlər arasındakı sosial münasibətləri əks etdirən üçüncü qrupda kişi və qadının ailədəki və cəmiyyətdəki mövqeyini göstərən frazeologizmlərdən bəhs edilmişdir. Yuxarıda verilmiş nümunələrə əsasən qeyd etmək olar ki, hər üç qrupa daxil olan frazeologizmlər həm müsbət, həm də mənfi konnotasiya daşıya bilər. Bu frazeologizmlərin təhlilindən də görünür ki, ingilis cəmiyyətində gender məsələlərinə dair ənənəvi sosial stereotipləri hələ də saxlanılmışdır.

İstifadə olunmuş ədəbiyyat

1. Jespersen O. *Mankind, Nation, and the Individual*. London: George Allen & Unwin. 1946. 221 p.

2. Lakoff R. Language and Woman's Place. New York. Harper & Row. 1976. 83 p.
3. The Oxford Dictionary of English Idioms . Oxford University Press. 2009. 408 p.
4. Oxford Dictionary of Proverbs / Jennifer Speake. Oxford University Press Inc., 2008. 625 p.

Açar sözlər: *gender, frazeologizm, stereotip*

Key words: *gender, phraseologism, stereotype*

Ключевые слова: *гендер, фразеологизм, стереотип*

N PHRASEOLOGISMS IN ENGLISH GENDER STEREOTYPES

Summary

The article analyzes English phraseological units with gender components. The author defines the existence of gender asymmetry in the semantic of English phraseological units. It was found that gender phraseological units form a special layer in the phraseology of the English language. These phraseological units reflect the appearance, psychological state, and social status of the subject. The author divided these phraseological units into three groups and showed the peculiarities of their use by examples. All phraseological units distributed in groups can have both positive and negative connotations. Based on the analysis of such phraseological units, it can be noted that traditional social stereotypes regarding gender issues in English society still persist.

Гендерные стереотипы фразеологизмов, используемых в английском языке

Резюме

В данной статье рассматриваются английские фразеологические единицы с гендерным компонентом. В процессе анализа определяется существование гендерной асимметрии в семантике фразеологических единиц английского языка. Было выявлено, что гендерные фразеологизмы составляют особенный пласт во фразеологии английского языка. Данные фразеологизмы отражают внешний вид, психологическое состояние и социальное положение субъекта. Автор распределил эти фразеологизмы на три группы и на примерах показал особенности их использования. Все фразеологизмы, распределенные по группам могут носить как положительную, так и отрицательную коннотацию. Исходя из анализа подобных фразеологизмов, можно отметить, что традиционные социальные стереотипы относительно гендерных вопросов в английском обществе до сих пор сохраняются.

Rəyçi: prof. İkrəm Ziyad oğlu Qasimov