

УДК 811.111'272
ББК 81.432.1-003
DOI: 10.46726/Н.2021.2.1

А. А. Григорян, А. Ю. Григорян

ОБЪЕКТИВАЦИЯ ЖЕНЩИНЫ КАК ОДИН ИЗ ВИДОВ СЕКСИЗМА

Казалось, что к началу XXI века в результате целенаправленных усилий гендерно-сенситивной части общества в англоязычных странах достигнут весьма значительный прогресс в вопросе элиминирования сексистского отношения к женщине. Определенные успехи в этом направлении действительно достигнуты. Однако внимательный анализ языковых структур, которые находятся в активном употреблении средствами массовой информации, участниками всевозможных телешоу, писателями и т. д., позволяет сделать иной вывод: сексизм, скорее, не исчез, а видоизменился, мимикрировал. Статья посвящена одному из способов проявления сексизма: объективации образа женщины. Фокусирование внимания на внешности женщины, рассмотрение ее в качестве объекта, а не субъекта действия — объективация женщины — в каком-то смысле ведет к отрицанию полноценности женщины в принципиально важном для человека качестве — вершителя своей судьбы. При отражении этого процесса в языке могут быть задействованы разные механизмы. Не в последнюю очередь речь идет о вариантах выражения сексизма через использование страдательного залога, переходных и модальных глаголов, а также «пустых» имен прилагательных.

Ключевые слова: сексизм, объективация женщины, отражение сексизма в языке.

А. А. Grigoryan, A. Yu. Grigoryan

OBJECTIFYING WOMEN AS A MANIFESTATION OF SEXISM

One might have assumed that by the start of the XXI century the problem of sexism has been successfully solved due to very energetic and fruitful efforts undertaken by the so-called gender-sensitive layers of the society. Indeed, their efforts have led to quite tangible results. However, in reality it turns out that sexism is still there; it has changed its form/s, and we have just stopped talking about it. The article is devoted to the question of objectifying women as a manifestation of sexism. That trend of talking about women as recipients of actions, denying or — at least — diminishing their ability to be active subjects / agents of actions results in considering women as less competent and even — to a certain extent — less human. The article deals with linguistic mechanisms of expressing this manifestation of sexism: passive voice, transitive and modal verbs and so-called “empty” adjectives.

Key words: sexism, objectifying women, linguistic manifestation of sexism.

© Григорян А. А., Григорян А. Ю., 2021

На протяжении всей истории человечества женщине была отведена роль существа зависимого от мужчины и в какой-то степени подчиненного ему. Нам представляется, что несмотря на то, что к XXI веку в сексистско-патриархатном устройстве мира многое изменилось и в положении женщины в обществе достигнут очень существенный прогресс, было бы преувеличением говорить о наступлении времени действительного равенства полов. Одним из факторов, свидетельствующих о сохраняющемся дисбалансе, является сексуальная объективация женского тела. Возможно, это наиболее очевидная и распространенная форма сохранения сексистского статус-кво.

Языковое неравенство в положении мужчин и женщин в обществе подтверждается также важной составляющей феминистской теории, получившей название «объективация». Рассматривая проблему отражения социального статуса женщины в языке, Р. Лакофф пишет: «Speech about women implies an object ... whose social roles are derivative and dependent in relation to men» (Когда говорят о женщине, подразумевают ее объектность ..., а ее социальные роли считают производными и зависимыми от мужских) [7, p. 45]. В том числе речь идет и о сексуальной объективации, т. е. восприятии женщины в качестве сексуального объекта с наименьшим вниманием к ее человеческим качествам, так или иначе проявляющимся в общении, работе и т. д. Сексуальная объективация сводится к опредмечиванию женщины, восприятию ее как картинки, абстрактного образа, искусственно наделенного характеристиками, отвечающими интересам мужчин.

В современной лингвистике существует теория объективации, исследованию которой посвящено немало работ. Согласно этой теории (см. например, [3, p. 17]), женщины становятся сексуальным объектом, который предназначается для дальнейшего использования мужским полом. Сексуальная объективация имеет место быть в случае, когда женское тело или его части воспринимаются отдельно от личностных характеристик женщины в качестве физических объектов мужских желаний.

Сторонники теории объективации говорят о двух ее способах. Первый способ, прямой и явный, подразумевает случаи сексуальной объективации, когда женщины нередко предстают не совсем одетыми, служат своего рода привлекательным фоном для рекламируемого товара. Более того, иногда таким фоном выступает всего лишь часть тела женщины (например, зона декольте). Заметим, что здесь речь идет не только и не столько о сексуальности. Речь — об объективации женщины. Сексуальность мужчины также довольно часто используется средствами массовой коммуникации для продвижения идеи о привлекательности или престижности какого-то товара. Однако при этом мужчины, как правило, выступают в качестве субъектов, для которых те или иные престижные предметы предназначены. В этом кроется принципиальное отличие: женщины служат своеобразным фоном, красивой формой/оболочкой, на которую что-то надето. В результате женщина не предстает как субъект, который владеет чем-либо; наоборот, возникает стойкое ощущение объектности женщины.

Второй способ, косвенный и скрытый, подразумевает восприятие женщинами сексуальной объективации или самообъективацию. Фредриксон и Робертс [3] полагают, что женщины нередко бывают сильно зависимы от мнения, высказываемого посторонними людьми. В результате женщина может начать воспринимать себя в качестве объекта, который оценивают по внешним признакам. Самообъективация проявляется в большей степени

на атрибутах внешнего вида и на том, как часто женщина следит за своей внешностью.

Процессы, ведущие к объективации женского, берут свое начало в детском возрасте. Исследования свидетельствуют, например, о том, что в названиях порядка 36,5 % детских книг используется имя персонажа мужского рода. При этом персонажи женского рода упоминаются только в 17,5 % названий [11, р. 202]. Кроме того, в качестве главных героев детских книг почти всегда выступают представители мужского пола. В частности, в работе Дж. МакКейб отмечается, что только в 33 % книг главными персонажами были представители женского пола [11, р. 202]. Указанное исследование интересно тем, что ученые попытались сравнить разные издательства, разных авторов, а также постарались учесть фактор времени выхода книг. При учете всех этих факторов общий тренд оставался неизменным: персонажей мужчин в детских книгах значительно больше, чем женщин.

Этот дисбаланс не исчезает и в более поздние периоды жизни человека. Например, женщин, которые являются главными героями или ведущими различных шоу, играют главные роли в фильмах, рекламных роликах, существенно меньше, чем мужчин. Стоит отметить, что большинство женщин, которые предстают перед зрителем на экране, часто выступают в так называемых ‘supporting roles’: матери, жены, домохозяйки и т. д. Еще один стереотип заключается в том, что почти все такие женщины очень привлекательны, ухожены, не отягощены лишним весом и — нередко — молоды. Результаты исследований, кажется, подтверждают это. Так в работе М. Лаузен утверждается, что в 2011 году лишь 11 % главных героев наиболее кассовых фильмов — это женщины [8]. При этом в том же 2011 году женщинами было куплено 55 % всех билетов на киносеансы.

Нам представляется, что объективация ведет к конструированию человека как объекта (предмета), в связи с чем подвергающиеся объективации («опредмечиванию») индивиды теряют часть своей полноценной человеческой сущности, своей «humanness» [2, с. 34]. Речь идет о своего рода «дегуманизации». Ученые предположили, что определенные характеристики воспринимаются людьми как более или менее существенные и важные для человека. «Дегуманизация» выражается в отсутствии или нехватке у других людей каких-либо значимых черт «человечности», поскольку «индивиду свойственно приписывать себе больше, а другим людям меньше фундаментально важных человеческих черт» [2, с. 34]. Фокусирование внимания на внешности индивида, а не на его существенных характеристиках, приводит к восприятию этого индивида как несколько менее «human».

Таким образом, исследователи пришли к выводу, что

- женщины, в целом, воспринимаются как менее компетентные;
- женщины, в целом, воспринимаются как индивиды, утратившие часть фундаментально важных человеческих качеств [4, р. 392].

Более того, стоит отметить, что объективация затрагивает женщин не только на внутриличностном (intrapersonal), но и на межличностном (interpersonal) уровне, что может оказать определенное влияние на шансы индивида добиться успеха в конкретной области.

Этот сохранившийся патриархатный тренд представления женщины в качестве объекта не может не находить языкового выражения. Представляется интересным проследить за тем, какие именно языковые механизмы могут быть задействованы в этом процессе. Кроме того, языковой материал был

намеренно взят из произведений, написанных и изданных в XXI веке. Это решение было осознанным, учитывая тот факт, что тексты художественных произведений являются в значительной мере проекцией реальности, в которой существует автор — носитель языка.

В ходе исследования были обнаружены следующие лексико-грамматические способы выражения объективации в современном английском языке: использование страдательного залога (наиболее частотный способ на нашем языковом материале), переходных глаголов, модальных глаголов и так называемых ‘empty adjectives’ («пустых» имен прилагательных). Этот список, безусловно, не является исчерпывающим. Он в какой-то степени показателен только для нашего материала.

В словаре лингвистических терминов О. С. Ахмановой страдательный залог определяется как «грамматическая категория глагола, выражающая различные отношения между субъектом и объектом действия» [1, с. 46]. В приводимом ниже примере это иллюстрируется достаточно красноречиво:

«*But I want to be loved. I have always been loved*» [5, p. 215]

«Я хочу быть любимой. Я всегда была любима» (здесь и далее перевод наш. — А. Г.).

Более того, отметим своего рода пассивность женщины и в следующих строчках автора:

«*I am happy; I am in his arms, my face crushed against his padded jacket, his arms around me as tight as a bear, so that I cannot breathe*» [5, p. 156].

«Я счастлива; Он крепко, как медведь, сжимает меня в своих объятиях. Мне почти нечем дышать».

Когда речь идет о переходных глаголах, то, по сути, говорят о дифференциации между активным субъектом и пассивным объектом, на который «переходит» действие, который подвергается определенному воздействию. Эта дихотомия находит отражение и в нашем материале: мужчинам наделены статусом субъекта, в то время как женщины строго объективированы:

«*When I look up into his beloved weary face, he kisses me so hard that I close my eyes and think myself a besotted girl again. I catch a breath, and he kisses me some more*» [5, p. 156].

«Когда я поднимаю глаза и вижу его милое уставшее лицо, он крепко целует меня. Так крепко, что я снова себя чувствую потерявшей голову от любви девушкой. А он целует меня снова и снова».

«*He had considered her the perfect wife: beautiful, even-keeled, undemanding, acquiescent the once or twice a month when he came to her bed*» [10, p. 246].

«Он считал ее идеальной женой: красивой, уравновешенной, нетребовательной, молчаливо соглашающейся на его нечастое — раз или два в месяц — появление в ее спальне».

Данный пример также содержит пример объективации женщины, созданный посредством использования переходного глагола *consider*. Более того, в данном предложении образ «идеальной жены» собирается посредством эпитетов: *beautiful, even-keeled, undemanding, acquiescent*. Таким образом, создается впечатление, что у женщин не должно быть своего мнения, личных желаний и запросов; внутренний мир женщины и её переживания не имеют значения, важна только внешность, и вместе с этим женщина должна подчиняться мужчине так, словно это её главное предназначение в жизни.

«*From the start, he had only wanted someone young and attractive to wear on his arm*» [10, p. 168].

«С самого начала ему требовалось лишь нечто молодое и привлекательное, нечто такое, что можно носить на руке».

В данном примере также используется переходный глагол *want*, за счет которого женщина, подразумеваемая под местоимением *someone*, становится не субъектом, а объектом повествования. Более того, используется прием метафоры, посредством которого женщина сравнивается с красивым аксессуаром, который носят на руке, например, часами или браслетом.

Как известно, основным значением английского модального глагола *must* является выполнение чего-то обязательного, требующегося по закону или по каким-либо общепринятым правилам. В этой связи нам представляется небезынтересным следующий пример:

«*Perhaps, Clare thought, she was in love with the doctor and thought she must protect him from hordes of hysterical, demanding patients*» [9, p. 43].

«Возможно, Клэр верила в то, что влюблена в доктора, как и в то, что ей следует оберегать его от толпы истеричных и требовательных пациенток».

Кроме того, что роль женщины в данной ситуации сводится к защите мужчины, которого она любит, внимания также заслуживает прилагательное *hysterical*, употребленное как часть словосочетания *hordes of hysterical, demanding patients*. Представляется вполне логичным предположить, что большая часть толпы истеричных и требующих внимания пациентов, представлена женщинами. Это предположение, конечно, следует тщательно проверить, опираясь, например, на словарные дефиниции прилагательного *hysterical*.

Приведем еще один пример с модальными глаголами. Как известно, основным значением глагола *should* является выполнение действия, которое говорящий считает правильным, исходя из чувства целесообразности или ответственности:

«*Cole says the only jewelry a woman should wear besides a cross is a wedding ring. <...> “But it’s perfectly fine for him to wear all those big shiny belt buckles and turquoise bolo ties. It’s different for men”, Becca said*» [6, p. 47].

«По мнению Коула, из украшений женщина — кроме нательного крестика — может позволить себе еще только обручальное кольцо».

Как видим, мужчина считает себя вправе определять, что должна и не должна носить женщина, какие украшения — только крестик и обручальное кольцо — могут быть уместны. Женщине отказывается в праве принимать собственные решения; она в очередной раз выступает в роли объекта.

Словосочетание ‘empty adjectives’ было когда-то введено в лингвистический оборот профессором Р. Лакофф, когда она рассуждала о специфических женских характеристиках английского языка [7, p. 34]. Она имела в виду такие имена прилагательные, как *lovely, adorable, charming, divine*. В качестве примера можно привести следующее предложение:

«*Oh, where did you buy that lovely blouse of yours?*» [6, p. 74].

«*Боже, где ты раздобыла эту прелестную блузку?*».

Прилагательное *lovely* можно назвать «пустым», точнее «опустошенным», не несущим никакого особенного смысла.

Итак, в статье предпринята попытка подхода к освещению некоторых языковых механизмов, которые могут быть задействованы при объективации женского образа. Представляется, что перечисленные способы представляют собой далеко не исчерпывающий список по нескольким причинам.

Во-первых, мы ограничились в своем анализе лексическими и морфологическими механизмами, совершенно не касаясь синтаксического строя языка. При этом отдаем себе отчет в том, что и пласт возможностей лексико-морфологического характера проанализирован далеко не в полном и не в должном объеме. Намечены лишь некоторые, показавшиеся нам перспективными, направления. Во-вторых, объективация как один из видов манифестации языкового сексизма многолика и изменчива. Она — так же, как и сексизм в целом — еще долго будет приковывать внимание исследователей и требовать тщательного изучения.

Список литературы

1. *Ахманова О. С.* Словарь лингвистических терминов. 2-е изд., стер. М.: Едиториал УРСС, 2004. 571 с.
2. *Григорян А. А., Григорян А. Ю.* Объективация как способ пейоризации образа женщины // Теория и практика иностранного языка в высшей школе: сб. науч. ст. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2018. Вып. 14. С. 37—41.
3. *Fredrickson B. L., Roberts T.-A.* Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks // *Psychology of Women Quarterly*. 1997. Vol. 21, № 2. P. 173—206.
4. *Glick P., Larsen S.* Evaluation of Sexy Women in Law and High Status Jobs // *Psychology of Women Quarterly*. 2005. Vol. 29, № 4. P. 389—395.
5. *Gregory Ph.* *The Lady of the Rivers*. New York: Simon & Schuster, 2011. 512 p.
6. *Jordan H.* *When She Woke Up*. London: Harper Collins Publishers, 2012. 344 p.
7. *Lakoff R.* *Language and Woman's Place*. New York: Harper and Row, 1975. 309 p.
8. *Lauzen M. M.* It's a Man's (Celluloid) World: On-Screen Representations of Female Characters in the Top 100 Films of 2011 // Center for the Study of Women in Television and Film, San Diego State University. URL: http://womenintvfilm.sdsu.edu/files/2011_Its_a_Mans_World_Exec_Summ.pdf (дата обращения: 28.03.2021).
9. *Lively P.* *The house in Norham Gardens*. London: Jane Nissen Books, 2004. 154 p.
10. *Marchall J.* *The Other Side of the Mirror*. New York: Pinnacle Books Windsor Publishing Corp, 2007. 318 p.
11. *McCabe J.* Gender in twentieth-century children's books: Patterns of disparity in titles and central characters // *Gender & Society*. 2011. Vol. 25, № 2. P. 197—226.