



LES STÉRÉOTYPES DE GENRE ET L'HISTOIRE DE LEUR ÉTUDE

<https://doi.org/10.5281/zenodo.11364564>

S.X. Tulanov

Professeur à l'Université d'État de Ferghana

Sevara Turgunboyeva

Etudiante en master à l'Université d'État de Ferghana

ANNOTATION

Dans cet article, nous examinerons le problème de la représentation des stéréotypes de genre dans la culture linguistique française (à partir du matériel des publications francophones). Ce domaine de recherche plus restreint, couvrant les questions de représentation des stéréotypes de genre dans les médias, est moins développé.

Les mots clés

stéréotype, femme, le mouvement féministe, la masculinité, la féminité, qualités masculines, qualités féminines, la passivité, la dépendance, l'émotivité excessive, le doute.

Les travaux du sociologue américain W. Lippmann, « Public Opinion », publiés en 1922, ont joué un rôle majeur dans l'étude des stéréotypes et des préjugés. Les stéréotypes sont souvent considérés comme imposés par les institutions sociales et par des idées très simplifiées sur la réalité, telles que une interprétation remonte à l'œuvre de Lippmann. Le chercheur a défini les stéréotypes comme des modèles historiquement établis de perception et d'interprétation du monde environnant, qui représentent une image ordonnée, plus ou moins cohérente du monde, qui économise les efforts d'une personne dans le processus d'apprentissage d'objets sociaux complexes et protège ses valeurs, ses positions et ses droits. Dans son travail, il fait la distinction entre préjugés et stéréotypes. Ces derniers, malgré leur caractère sommaire, constituent dans une certaine mesure une nécessité et remplissent des fonctions importantes. Les stéréotypes permettent à une personne d'automatiser ses processus de réflexion et de naviguer plus facilement dans un environnement social en constante évolution. De plus, les stéréotypes «lient» une personne à la réalité, lui permettant de conserver une idée du monde qui l'entoure, d'elle-même et de ses valeurs, sans remettre en question ces concepts de base à chaque fois que des facteurs externes changent.



La dissonance se produit lorsque la réalité sociale externe change considérablement et qu'un ensemble de stéréotypes ne s'adapte pas au nouvel état des choses. Les vieilles idées perdent alors complètement leur pertinence et se transforment en préjugés et en idées préconçues. Ainsi, malgré le fait que les stéréotypes remplissent des fonctions importantes pour les humains, il est important de réaliser que la plupart des stéréotypes sont irrationnels et que la pensée stéréotypée, de par sa nature, conduit inévitablement à des visions conservatrices du monde qui sont en contradiction avec la réalité.

L'un des sujets d'étude de la linguistique de genre concerne les stéréotypes de genre, c'est-à-dire les images généralisées de la masculinité et de la féminité. L'approche de leurs recherches a changé au fil du temps. Dans le 19^{ème} siècle Les qualités masculines et féminines étaient présentées comme une dichotomie et étaient perçues non seulement comme opposées, mais aussi mutuellement exclusives; le moindre écart par rapport à la norme était considéré comme un écart; Cette approche a été remplacée par l'idée de percevoir la féminité et la masculinité comme les limites d'un spectre unique, et la société encourage une masculinité élevée dans les hommes et la haute féminité chez les femmes. La perception des stéréotypes de genre continue d'évoluer, actuellement l'idée de catégoriser toutes les qualités humaines comme «masculines» ou «féminines» a perdu de sa pertinence, les concepts de pluralité de masculinité et de féminité ont été mis en avant, et des discussions sur ces questions ne vous atténuent pas.

Les stéréotypes de genre sont intrinsèquement stables. Transmis d'une génération à l'autre sous forme de modèles «tout faits», ils se reproduisent constamment, de sorte qu'une personne les remet rarement en question. Par exemple, l'attribution d'une irrationalité et d'une émotivité excessive aux femmes, caractéristiques des conceptions médiévales, se retrouve encore aujourd'hui. Les stéréotypes de genre, c'est-à-dire l'attribution de certaines qualités à une personne en raison de son appartenance à un sexe donné, quels que soient les traits et caractéristiques individuels, se produisent inconsciemment.

Les stéréotypes de genre se caractérisent également par une normativité et des connotations émotionnelles. Ils dictent implicitement ou explicitement à quoi devraient ressembler une «vraie femme» et un «vrai homme», et attribuent des qualités positives et négatives aux représentants de ces groupes.

Sur les sujets de stéréotypes, I.S. Kletsina identifie les groupes de stéréotypes de genre suivants :

1. Idées générales sur la féminité et la masculinité, c'est-à-dire des idées normatives sur les propriétés mentales et comportementales des hommes et des femmes.



2. Стéréotypes qui renforcent la différenciation sociale dans la société, c'est-à-dire la répartition des rôles et statuts sociaux selon le sexe, les différences dans le contenu du travail.

3. Стéréotypes familiaux, reflétant la position des hommes et des femmes dans la famille, ségrégation familiale.

Les travaux de nombreux chercheurs sont consacrés à l'étude des stéréotypes de genre, parmi lesquels R. Stoller, R. Lipp, I. Goffman, T.B. Ryabov, T. Shibutani et autres. Traditionnellement, parmi les qualités attribuées aux femmes, on note la passivité, la dépendance, l'émotivité excessive, le doute de soi et la bienveillance. Les traits stéréotypés masculins sont la compétence, la domination, l'indépendance, l'agressivité, la confiance en soi, une tendance à penser logiquement et la capacité de contrôler ses émotions.

L'aspect linguistique de l'étude des stéréotypes de genre est unique dans la mesure où la langue, faisant partie d'une certaine culture, participe en même temps activement à sa création. Ainsi, la langue reflète non seulement les stéréotypes de genre qui existent déjà dans une culture particulière, mais participe également directement à leur formation.

BIBLIOGRAPHIE

1. Барчунова Т.В. «Эгоистичный гендер», или Воспроизводство гендерной асимметрии в гендерных исследованиях // *Общественные науки и современность*. – 2002. – № 5. С. 180-192. (дата обращения: 10.08.21)
2. Бовуар Симона де. Второй пол: Т. 1. Факты и мифы. Т. 2. Жизнь женщины: Пер. с фр. / Симона де Бовуар; *Общ. ред. и вступ. ст. С. Айвазовой; [Коммент. М. В. Аристовой]*. - М.: Прогресс; СПб.: Алетейя, 1997. (дата обращения 08.09.21)
3. Болдырев Н.Н. Концепт и значение слова. // *Методологические проблемы когнитивной лингвистики*. Изд-во ВГУ, 2001. С. 25-36. (дата обращения: 09.01.22)
4. Грошев И.В. Образ пола в рекламе // *Журнал прикладной психологии*. 1999. № 1
5. Здравомыслова Е.А. Темкина А.А. Социальное конструирование гендера. // *Социологический журнал*. № 3/4. СПб.: 1998. С. 171-182. (дата обращения: 15.03.22)
6. Зиновьева Е.И. Лингвокультурология: от теории к практике. Учебник. – СПб.: СПбГУ; *Нестор-История*, 2016. – 182 с. (дата обращения: 14.12.21)
7. Кирилина А.В. *Гендер: лингвистические аспекты*. М., 1999.



8. *Dawkins R.* The Selfish Gene. Oxford University Press, 1989. – P. 141
(дата обращения 15.10.21)
9. *Кирова А.Г.* Развитие гендерных исследований в лингвистике // Вестник ТГПУ. – 2009. – №8 (86). С. 138-140. (дата обращения 23.11.22)
10. *Клецина И.С.* Гендерная социализация. СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 1998. 92 с. (дата обращения: 28.01.22)
11. *Axmadjonov Nurbek Zokirjon o'g'li Farg'ona davlat universiteti, katta o'qituvchisi (PhD).* GE» OLD QO'SHIMCHASI YORDAMIDA OT YASASH. JOURNAL OF LAW AND ECONOMICS ISSN(Online): 2984-8091 SJIF Impact Factor | (2024): 6.93 | Volume-7, Issue-3, Published | 20-03-2024 |