

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра теории, истории языка  
и прикладной лингвистики

**Стереотипы «мужчина» / «женщина» как образы языкового  
сознания (на материале англоязычных ассоциаций)**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ  
МАГИСТРА

студентки 2 курса 252 группы

направления 45.04.01 Теория языка и компьютерная лингвистика

Института филологии и журналистики

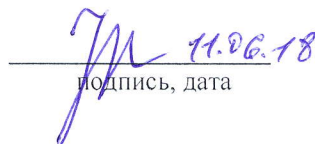
Шустовой Наталии Александровны

Научный руководитель  
к.ф.н, доцент

  
подпись, дата

Трещёва Е.Г.

Зав. кафедрой  
д.ф.н., профессор

  
подпись, дата

Крючкова О.Ю.

Саратов, 2018

## ВВЕДЕНИЕ

Гендерные стереотипы оказывают влияние на общение и отношения мужчин и женщин, на определение места мужчины и женщины в обществе, их функций и социальных задач. В выявлении и определении присутствующих в языковом сознании гендерных стереотипов и образов мужчины и женщины и состоит *актуальность* выбранной темы.

В качестве *объекта исследования* выступают реакции, данные испытуемыми на стимулы «man» и «woman», а также стимулы, в ассоциативных полях которых среди реакций были упомянуты данные лексемы в экспериментах, проведенных для The Edinburgh Associative Thesaurus и базы данных University of South Florida Free Association Norms.

*Предметом* исследования являются лингвистические средства выражения гендерных стереотипов, участвующие в конструировании образов языкового сознания «мужчина» и «женщина».

*Цель* исследования – выявление типичных образов мужчины и женщины, выявление того, какие черты внешнего вида, характера или выполняемые ими социальные роли важнее в создании этих образов, какие гендерные стереотипы выражаются в полученных реакциях.

Для достижения цели требуется выполнить следующие *задачи*:

1. Определить сущность гендерных стереотипов как социокультурного феномена;
2. Произвести анализ реакций и стимулов из словарных статей, послуживших практическим материалом для работы. Сгруппировать и описать данные, полученные из ассоциативных словарей;
3. Выявить и сопоставить наиболее и наименее частотные (по количеству лексем и по занимаемому в ассоциативном поле месту) группы в словарных статьях.

В работе использовались такие *методы исследования*, как описательный метод, метод сопоставительного анализа, группировки, частотного анализа материала, фреймовый анализ.

*Методологической и теоретической базой* послужили труды представителей науки в области психолингвистики, социоллингвистики, гендерной лингвистики, лингвокультурологии: Е. И. Горошко, В.Е. Гольдина, А. А. Залевской, Ю. Н. Караулова, А. В. Кириловой, А. А. Леонтьева, Н. В. Уфимцевой.

Практическим материалом для исследования послужили англоязычные ассоциативные тезаурусы The Edinburgh Associative Thesaurus и база данных University of South Florida Free Association Norms. В сумме фактический материал исследования составил 2776 ассоциативных пар в восьми словарных статьях из двух ассоциативных тезаурусов.

*Научная новизна* данного исследования заключается в том, что впервые стереотипные образы мужчины и женщины сопоставляются с результатами ассоциативного эксперимента, которые дают возможность выявить данные образы в языковом сознании испытуемых.

*Теоретическая значимость* данного исследования заключается в расширении и углублении теоретических сведений о гендерных стереотипах. Полученные результаты могут послужить материалом для исследования стереотипов «мужчина» и «женщина» как образов языкового сознания.

*Практическая значимость* работы вытекает из возможности использования результатов в учебных курсах по психолингвистике, социоллингвистике, гендерной лингвистике. Полученные результаты позволяют выявить характеристики, наиболее и наименее важные в формировании образов мужчины и женщины в языковом сознании.

*Структура* работы определена задачами исследования, логикой раскрытия темы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

Во *введении* обосновывается актуальность работы, формулируются цели и задачи исследования, а также его теоретическое и практическое значение, указываются методы анализа.

В *первой главе* приведен обзор гендерных стереотипов и основных способов их репрезентации в речи; дается описание образов мужчины и женщины в языковом сознании и особенностей речевого поведения мужчин и женщин. Объясняется роль изучения ассоциаций для психолингвистики; объясняется выбор фреймового анализа как метода данного исследования.

Во *второй главе* приводится фреймовый анализ практического материала – прямых и обратных ассоциативных статей лексем «man» и «woman» в The Edinburgh Associative Thesaurus и базе данных University of South Florida Free Association Norms.

В *заключении* подводятся итоги проведенной работы, формулируются общие выводы исследования.

В *приложениях* представлены диаграммы, сформированные по результатам группирования реакций и стимулов в ассоциативных полях лексем «man» и «woman» в The Edinburgh Associative Thesaurus и базе данных University of South Florida Free Association Norms; списки реакций из прямых статей, использованных в качестве практического материала, а также списки 50 наиболее частотных стимулов, взятых из проанализированных обратных статей.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Гендерные стереотипы – представления мужчин и женщин о качествах и поведении представителей своего и противоположного полов. Маскулинность и феминность являются основными атрибутами, свойствами гендерной деятельности.

Гендерные стереотипы – важный фрагмент картины мира, поскольку гендерные стереотипы являются основой понимания особенностей поведения мужчин и женщин, отношений между ними. С самого раннего возраста

общение и собственные представления об окружающем мире людей строятся во многом с опорой и на гендерные стереотипы. Понимание концепта гендер помогает людям определиться и с собственным поведением, помогает оценивать общение с окружающими.

В гендерных исследованиях мужчины зачастую описываются как автократичные, агрессивные, дерзкие, доминирующие, сильные, независимые, грубые, умные; мужчина стремится к господству и силе. Женщины воспринимаются как противоположность - эмоциональные, мечтательные, чувствительные, покорные, суеверные, они стремятся к интимности и объединению.

Модели речевого поведения мужчин и женщин также отличаются друг от друга.

Мужчины менее ориентированы на собеседника, чем женщины; речь мужчины менее гибкая, но динамичная. Мужчины говорят, чтобы найти решение проблемы, женщины – чтобы установить контакт.

Женщина ориентирована на диалог, на подчиненную роль в общении, где мужчина выбирает и меняет тему разговора [Маслова 2004: 126]. Женская речь содержит больше эмоциональных оценок, гипербол, сравнений, женщине присуще частое переключение на несвязанную с ситуацией общения тематику. [Таннен 1996:13].

Ученые также обращают внимание на то, что гендерные стереотипы, отражаемые языком, с одной стороны, культурно обусловлены, а с другой стороны, осознаются индивидом в соответствии с его личным опытом.

Гендерные стереотипы уже около ста лет представляют интерес для исследователей, поскольку они влияют на многие сферы жизни людей. При этом часто рассматривается мужское и женское языковое сознание, т.е. изучается, как гендер влияет на ассоциативное поведение коммуникантов.

В частности, прочность присутствия гендерных стереотипов в языковом сознании и широкую применяемость их в повседневной жизни можно проследить на материале ассоциативных словарей. Поскольку в

рамках свободного ассоциативного эксперимента респондентам необходимо отвечать быстро, отвечать первое, что приходит в голову – в своих работах исследователи могут с уверенностью опираться на такие ответы – ведь они были даны бессознательно и при этом показывают самые основные представления респондентов о той или иной теме.

В связи с особенностями проведения ассоциативного эксперимента (в частности, получения данных от испытуемых (как говорилось ранее – респонденты должны отвечать как можно быстрее) и изложения материала в ассоциативном словаре (такие данные лишены интерпретации составителей и представляют собой только количественные результаты)) практическим материалом для данного исследования были выбраны словарные статьи ассоциативных тезаурусов.

Таким образом, результаты ассоциативных экспериментов помогают раскрыть динамику и функционирование гендерных стереотипов в языковом сознании.

Методом, который отвечает задачам исследования ассоциативного поля, является фреймовый анализ, т. к. он позволяет рассматривать не только связи стимула с отдельными реакциями, но и поле в целом, как систему, а также отношения между слотами в ассоциативном поле.

Фреймовый анализ был выбран методом и для данной работы – поскольку целью ее является выявление образов языкового сознания, и необходимо выяснить, какие черты и характеристики важнее в формирующемся образе, на что респонденты чаще обращают свое внимание при описании мужчины и женщины.

В результате проведенного фреймового анализа было выявлено, что все ассоциативные поля, выбранные в качестве практического материала для данного исследования, имеют схожую структуру. Удалось выделить группы, общие для всех этих полей.

Таковыми группами стали: симиляры, оппозицы, родовидовые связи, формально-семантические связи, признаки, прецедентные феномены, семантическая группа, атрибуты, оценки и социальные роли.

Исключениями стали только группы «Ситуация» и «Действие» в прямой статье лексемы WOMAN из Эдинбургского ассоциативного тезауруса – реакции или стимулы, которые можно было бы отнести к данной группе, не были упомянуты ни в одной другой словарной статье.

Наибольший процент ассоциативного поля также был одинаков в большинстве статей (шесть из восьми) – его заняла группа оппозиций. Следовательно, для определения опрошенными понятий MAN и WOMAN главным критерием является оппозиция одного пола другому.

Примечательно также, что для словарных статей лексемы WOMAN самой частотной реакцией во всех случаях стала лексема man, и в прямых и обратных статьях лексемы MAN самыми частотными реакцией и стимулом стала лексема woman.

Симиляры, упомянутые испытуемыми, зачастую называют саму половую принадлежность (male и female), либо напоминают об обращении к мужчинам и женщинам в обществе (mister, chap, gent, gentleman и lady, madam, miss, dame).

Устойчивыми, наиболее характерными для образа женщины стали внешние признаки и атрибуты – внешний вид, предметы гардероба, части тела и т. д. Это стало общей тенденцией для обеих лексем – реакции и стимулы в статьях лексемы MAN также зачастую характеризовали внешний вид.

Также, часто респондентами упоминалась присущая женщине роль матери, и даже связанные с деторождением органы. Однако, встречались и упоминания различных профессий, что свидетельствует о росте значимости женщины как профессионала, специалиста.

Отличительной особенностью реакций и стимулов в статьях лексемы WOMAN стали оценки – среди них встретились даже негативные, в то время

как в отношении мужчины респонденты не упомянули ни одной оценки – даже положительной.

В словарных статьях лексемы лексемы MAN чаще встречаются упоминания роли мужчины как работника, профессионала: boss, sailor, preacher, bachelor. Наоборот, среди стимулов и реакций в статьях лексемы WOMAN множество определяют роль женщины в семье: married, widow, sister-in-law, housewife, wife, grandma. А также в отношениях с мужчинами – spinster, mistress.

Важно также отметить, что лексема MAN намного чаще используется в словообразовании и в названиях произведений культуры и искусства, чем лексема WOMAN.

Значимым в формировании представлений о важности гендерных стереотипов в языковой картине мира также является то, насколько часто лексемы MAN и WOMAN встречаются в выбранных для анализа ассоциативных словарях. Так, реакция WOMAN выступает элементом 439-и полей в Эдинбургском ассоциативном тезаурусе и элементом 71-го поля в Тезаурусе ассоциативных норм Университета Южной Флориды.

Реакция MAN, в свою очередь, выступает элементом 1046-и полей в Эдинбургском ассоциативном тезаурусе и элементом 171-го поля в Тезаурусе ассоциативных норм Университета Южной Флориды.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Гендерным стереотипам посвящено множество исследований в области гендерной лингвистики, лингвокультурологии, социолингвистики, семантических исследований. Вместе с тем, существует потребность дальнейших исследований с применением методов психолингвистики, в частности, с помощью фреймового анализа, который используется для изучения разных образов сознания, и который дает возможность проанализировать на материале ассоциативных словарей и образы мужчины и женщины.



Действительно, проведенный в рамках данной работы анализ, показал, что рассмотрение стереотипов «мужчина» и «женщина» как образов языкового сознания заслуживает внимания.

Во всех 8 рассмотренных словарных статьях наблюдается сходная структура – были выделены одинаковые группы, даже отдельные лексемы, входящие в эти группы, зачастую повторялись. Кроме того, наибольшие доли в проанализированных ассоциативных полях в большинстве случаев имели одни и те же слоты соответствующих фреймов.

Это означает, что образы мужчины и женщины устойчивы в языковом сознании респондентов. Подобное сходство в структурах нескольких ассоциативных полей возможна только у самых важных когнитивных элементов культуры.

Когнитивная важность рассматриваемых лексем подтверждается и данными обратных статей обоих тезаурусов: реакции MAN и WOMAN были даны (в среднем) более чем 1000 испытуемыми на более чем 450 разных стимулов, что указывает на их близость к ядру языкового сознания.

Что касается конкретных образов мужчины и женщины, для прямых и обратных статей лексем MAN и WOMAN основными общими тенденциями по результатам проведенного фреймового анализа стали следующие: а) оппозиты в большинстве случаев заняли наибольшую долю ассоциативного поля (в шести статьях из восьми); б) наибольшее количество различных лексем, упомянутых респондентами, называли особенности и атрибуты внешнего вида мужчин и женщин – гардероб, части тела и т. д.

Однако особенностью формирования женского образа стали оценки – в первую очередь следует отметить, что мужчин не оценивали вовсе – респондентами не было упомянуто ни одной подобной лексемы. Женщина же, в свою очередь, часто становилась предметом оценок, и среди них встретились даже негативные.

Мужчины намного чаще женщин упоминаются в прецедентных текстах культуры, лексема MAN чаще участвует в словообразовании –

количественно упоминания таких стимулов и реакций в словарных статьях лексемы MAN в несколько раз превышало упоминания прецедентных феноменов и формально-семантических связей в ассоциативных полях лексемы WOMAN.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Малышева, Е. В. Полоролевая реализация кинестем в диалоге / Е. В. Малышева // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2012. № 01. С. 204-210.
2. Маслова, В. А. Лингвокультурология / В. А. Маслова. М.: Издательский центр «Академия», 2004. 208 с.
3. Таннен, Д. Ф. Ты меня не понимаешь! Почему женщины и мужчины не понимают друг друга: перевод с английского языка / Д. Ф. Таннен. М.: Вече; Персей; АСТ, 1996. 429 с.