

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра теории, истории языка и прикладной лингвистики

**ВЛИЯНИЕ ГЕНДЕРНОЙ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИСПЫТУЕМОГО НА  
ХАРАКТЕР АССОЦИАТИВНОЙ СВЯЗИ (НА МАТЕРИАЛЕ РАС)**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ  
РАБОТЫ МАГИСТРА

студентки 2 курса 252 группы

Направление подготовки – 45.04.01 «Филология»

Института филологии и журналистики

МЕРКУЛОВОЙ ВАЛЕРИИ СЕРГЕЕВНЫ

Научный руководитель

к.ф.н., доцент

\_\_\_\_\_

Е.В. Старостина

Зав. кафедрой

доктор филол. наук, профессор

\_\_\_\_\_

О.Ю. Крючкова

Саратов

2022

## **Введение**

Коммуникативное поведение человека определяется многими факторами, такими как гендер, социальный статус, возраст и т.д. Так через призму видения мира формируется представление об основных понятиях в сознании человека, формируется языковое сознание. «Коммуникативное поведение» — это совокупность норм и традиций общения народа, социальной, возрастной, профессиональной и других групп. Также формируется и процесс ассоциирования, реагирования на различные явления и образы в современном мире.

Процесс ассоциирования строится на основании определенных культурных механизмов, традиций, правил и инструкций, отношения к миру, которые управляют поведением. Языковое сознание как раз формируется через такие правила, а именно через объединение понятий о гендерном, социальном, культурном, этнографическом аспектах, которое затем отражается в речи коммуниканта.

***Гипотеза исследования*** заключается в том, что гендер влияет на языковое сознание человека и поэтому ассоциативные поля информантов-мужчин и информантов-женщин должны иметь определенные структурные и содержательные отличия.

***Целью*** настоящего исследования является выявление зависимости структурных и содержательных особенностей ассоциативных полей предметных имен существительных от гендера испытуемых путем их сопоставительного изучения, т.е. отдельно будут рассматриваться и анализироваться ассоциации, полученные от женщин и мужчин.

### **Задачи исследования:**

1. Изучить различные подходы к гендерному анализу ассоциаций, выработать методику будущего исследования (фреймовый анализ поля и анализ выделенности референта слова-стимула).

2. Провести фреймовый анализ отобранных полей словаря РАС, отдельно рассмотрев ассоциативные поля, полученные от испытуемых разного пола, тем самым сформировать материал исследования.
3. Выявить специфику ассоциативного реагирования мужчин и женщин на одни и те же стимулы.
4. Выполнить анализ, позволяющий структурировать АП и выделить в нем две группы реакции, в которых референт слова-стимула выделен и не выделен, выявить зависимость степени выделенности референта от гендера респондента (мужские и женские реакции).
5. Описать особенности языкового мышления мужчин и женщин в зависимости от выделенности или невыделенности референта в реакциях респондентов и предположить, с чем могут быть связаны данные особенности.

*Методами* исследования являются фреймовый анализ ассоциативного поля, сопоставительный анализ, изучение ассоциативного значения, метод выявления выделенности/невыделенности референта слова-стимула.

*Материалом* исследования послужили материалы Русского ассоциативного словаря под ред. Ю.Н. Караулова, а именно 9 ассоциативных полей (*белье, туфли, галстук, пиджак, сарафан, шуба, шарф, серьга, кольцо*), содержащие реакции, полученные от носителей русского языка обоего пола 18-25 лет. В общей сложности были исследованы 9 ассоциативных полей объёмом около 100 реакций каждое, общее количество реакций: мужских - 527, женских – 505.

Работа *актуальна*, т.к. выполнена в русле активно развивающегося гендерного направления в лингвистике, а также решает вопрос о том, имеются ли различия в характере ассоциативного реагирования, связанные с полом испытуемого. Сейчас существует целый ряд исследований, посвященных гендерному вопросу в языке, и многие из них основываются именно на ассоциативных экспериментах. Гендерный анализ языка играет не менее

важную роль, чем анализ по признаку возраста, уровню образования, месту жительства и т.п. Исследование гендерного конструкта актуально как для общего языкознания, так и для пограничных дисциплин – социолингвистики, психолингвистики, лингвокультурологии.

***Теоретическая значимость работы.*** Теоретически значимым является обоснование использования при анализе ассоциативного поля нового метода, основанного на схеме как структуре организации знаний, теоретическом конструкте, широко применяемом в когнитивной психологии (при исследовании процессов восприятия и понимания) и в лингвистике (в области гендерной лингвистики, например). Данная работа также представляет широкое понимание гендерной лингвистики, освещая многие стороны данной науки, в том числе показывает ценность исследований всех её направлений: социолингвистического направления, психолингвистического, кросскультурного и коммуникативно-дискурсивного.

***Практическая значимость работы.*** Подходы к анализу характеристик реакций респондентов, полученные в работе, могут найти применение в различных областях лингвистики. Полезными в практическом плане также могут быть теоретические выводы, сделанные в работе. Они могут быть использованы в курсах по психолингвистике, социолингвистике, когнитивной и гендерной лингвистике. Многие положения работы могут также найти практическое применение в исследованиях о фреймовом анализе.

Практическую ценность для многочисленных исследований, проводимых с использованием ассоциативной экспериментальной методологии, представляет также примененный в работе когнитивный метод анализа данных ассоциативного эксперимента с использованием схемы – структуры для организации и представления знаний.

Структура выпускной квалификационной работы магистра: работа магистра состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы.

**Основное содержание работы. Первая глава.** Первая глава «Гендерные исследования в лингвистике» посвящена описанию различных направлений гендерной лингвистики, в ней производится обзор работ отечественных исследователей всех трех направлений гендерной лингвистики (лингвокультурологического направления, психолингвистического, коммуникативно-дискурсивного и социолингвистического), освещаются основные тенденции, наблюдаемые в современной гендерной лингвистике.

Гендерные исследования ярко демонстрируют особенности мышления мужчин и женщин с разных сторон, через биологические, социальные и психологические характеристики адресантов. Благодаря гендерной лингвистике и разнообразию её направлений нам удастся увидеть наиболее полную картину языкового сознания. Мы можем наблюдать, как формируются и разрушаются гендерные стереотипы, как формируется мотивация для адресанта некоторого объекта или аспекта ситуации, которая в дальнейшем определяет интерпретацию действительности в рамках языка, как можно рассматривать специфику фемининности и маскулинности в языках разных культур, их функционирование в языке и т.д.

Глава состоит из двух подразделов: «Основные направления гендерной лингвистики» и также «Выводы к главе 1».

**Вторая глава** «Различные методы исследования ассоциативных полей. Фреймовый анализ ассоциаций» касается исследований, посвященным фреймовому анализу в психолингвистике. В данной главе мы отмечаем, что с помощью фреймовой структуры можно представить наглядно когнитивное знание человека, которое соединяет в себе область когнитивного и языкового в процессе речевой деятельности. Фреймовый анализ помогает поочередно выстроить картину мышления адресантов. В нашей работе мы будем опираться именно на структуру фрейма, описанную В.Е. Гольдиным в работе «Концептуальные переменные образа мира по данным ассоциативных словарей», т.к. все стимулы, представленные в нашем САЭ, являются

предметными существительными (*белье, туфли, галстук, пиджак, сарафан, шуба, шарф, серьга, кольцо*).

Глава состоит из двух подразделов: «Исследования, посвященные фреймовому анализу в психолингвистике» и также «Выводы к главе 2».

**Третья глава** «Гендерная специфика ассоциативного реагирования. Результаты фреймового анализа реакций РАС и их интерпретация» посвящена описанию реакций РАС с целью проверки гипотезы о влиянии гендерного аспекта на определенные структурные и содержательные отличия в ассоциативных полях информантов-мужчин и информантов-женщин.

Материалом нашего исследования послужили 9 ассоциативных полей РАС (*белье, туфли, галстук, пиджак, сарафан, шуба, шарф, серьга, кольцо*), рассмотренных в гендерном аспекте (отдельно рассматривались мужские и женские ассоциации на данные стимулы). В общей сложности было исследовано более 1000 ассоциативных реакций (9 полей объемом около 100 реакций каждое), из них мужских — 527 реакции, женских – 505 реакций.

Основными методами исследования послужили метод фреймового анализа, подробно описанный в главе 2, и метод выявления степени выделенности референта слова стимула, описанные в 1 главе.

Структурировав систему ассоциативных связей мужчин и женщин, мы рассмотрели устройство их полей, а также интерпретировали реакции информантов и сделали соответствующие выводы:

1. Благодаря наглядному представлению ассоциаций респондентов удалось выявить не только совпадения в реакциях, но и абсолютные расхождения. Часто наблюдались расхождения в реакциях слота «Качество, оценки», что говорит о том, как женщины и мужчины по-разному видят, например, понятия *кольцо, серьга, сарафан, бельё, туфли*.

2. Самым наполненным слотом абсолютно во всех ассоциативных полях является слот «Качества, оценки», что говорит о том, что респонденты стремятся в первую очередь оценить стимул, описать его и наделить разнообразными качествами.
3. Мужчины охотнее дают реакцию-символ на стимул, чем женщины, это можно проследить в АП *туфли, галстук, пиджак, шарф* и *кольцо*. Причем женщины из 5 АП дали реакцию символической категории только в трёх, что странно, т.к. обычно именно респонденты женского пола чаще дают реакцию-символ. Мужчины более «красочно», интересно дают реакции на стимул, что не соответствует выводам из других работ по специфике гендерного реагирования, т.к. обычно женщины-респонденты более ярко описывают стимул и дают большее количество реакций на него.
4. Также в приведенных таблицах по всем девяти стимулам самые часто встречающиеся общие слоты для женщин и мужчин, это слоты «Качества, оценки» и «Действия, деятельность». Касательно слота «Действия, деятельность» можно отметить, что в языковом сознании как мужчин, так и женщин, действие идёт после глагола (существительное + глагол = словосочетание), т.е. это конструкция, которая часто встречается в нашем языке, возможно поэтому женщины и мужчины давали на стимул-существительные реакции-глаголы, таким образом проявлялся их языковой «рефлекс».

Рассмотрев мужские и женские ассоциативные поля и их особенности, можно сделать вывод о том, что в их структуре больше общего, чем различного. Но также можно говорить о наличии реальных различий в языковом сознании мужчин и женщин и о некотором влиянии гендера на их языковое сознание.

**Вторым этапом** нашей работы стало изучение того, в какой степени референт слова-стимула выделен/не выделен в реакциях мужчин и женщин.

Референт слова-стимула выделен, если слово-стимул и реакция образуют словосочетание. Поэтому на данном этапе нашей задачей было распределение всех мужских и женских реакций на 2 группы: в первую группу (референт слова-стимула выделен) попали реакции, образующие словосочетание со стимулом, например, белье — грязное, белье — сушится, во вторую (референт слова-стимула не выделен) — реакции, не образующие словосочетаний, например, белье — баня, белье — тряпка.

Проанализировав исследуемые поля методом выявления степени выделенности референта стимула, мы получили следующие результаты:

1. Практически для всех стимулов (кроме стимула «серьга») и для мужчин, и для женщин референт-стимула оказался скорее выделен, чем не выделен. Только в поле «серьга» мы наблюдаем, что у мужчин процент реакций, в которых референт не выделен, выше, чем процент реакций, в которых референт выделен.

2. Процентное соотношение реакций, в которых референт выделен/не выделен, может быть различным. Для некоторых полей эта разница может иметь отношение 8 к 2 (например, для поля «белье» у мужчин или для поля «шуба» у женщин). В некоторых случаях реакции распределяются практически поровну (поле «серьга» у мужчин и женщин, поле «сарафан» у женщин, поле «туфли» у мужчин). На чаще мы наблюдаем соотношение порядка 7 к 3 (поля «белье», «туфли», «пиджак», «галстук» у женщин, поле «шарф» у мужчин и женщин, поле «шуба» у мужчин) или 6 к 4 (поля «галстук», «пиджак», «сарафан» у мужчин).

3. Ярче всего у женщин выделен референт слова-стимула «шуба» (около 82% реакций), у мужчин — референт слова-стимула «белье» (около 81% реакций).

4. И у мужчин, и у женщин менее всего выделен референт слова-стимула «серьга» (около 46% реакций у мужчин и около 51% реакций у женщин).



5. В некоторых случаях полученные нами результаты были вполне ожидаемы. Так, у женщин-испытуемых ярче выделен референт таких являющихся типично «женскими» стимулов, как *туфли, шуба, серьга*. В то же время неожиданными оказались следующие результаты: у женщин ярче выделен референт стимулов, являющихся типично мужскими деталями одежды (*пиджак, галстук*), а у мужчин ярче выделен референт стимулов, являющихся типично женскими (*белье, сарафан*).

**Заключение.** Настоящая работа содержит основные результаты проведённого нами сопоставительного исследования языкового сознания мужчин и женщин на материале результатов свободного ассоциативного эксперимента Русского ассоциативного словаря под редакцией Ю.Н. Караулова. Изначально нашей задачей было сопоставление реакций мужчин и женщин с целью выявления основных различий и особенностей мужского и женского ассоциативного поведения, т.е. сопоставительное изучение ассоциативных полей 9 вещественных стимулов (*белье, туфли, галстук, пиджак, сарафан, шуба, шарф, серьга, кольцо*).

Изучив различные подходы к гендерному анализу ассоциаций, мы выработали методику настоящего исследования и впоследствии, с помощью подробного структурированного фреймового анализа ассоциативных полей мужчин и женщин и анализа выделенности референта слова-стимула, нам удалось выявить специфику ассоциативного реагирования мужчин и женщин на одни и те же стимулы.

В ходе исследования была выполнена одна из ключевых задач – установление причины особенностей реакций мужчин и женщин на одни и те же стимулы как во фреймовом анализе отобранных полей Русского ассоциативного словаря, так и в анализе выделенности референта слова-стимула.

Также описав особенности языкового мышления мужчин и женщин в зависимости от выделенности или невыделенности референта в реакциях

респондентов, мы определили, как гендер влияет на языковую картину мира человека и его восприятие, т.е. высказанная нами ранее гипотеза о том, что гендер действительно имеет влияние на языковое мышление человека, подтвердилась.

Все стимулы, использованные нами в эксперименте, являлись наименованиями одежды и украшений. В связи с этим важным общим выводом, касающимся структуры фрейма имени существительного данной тематической группы, можно считать вывод о том, что абсолютно во всех ассоциативных полях присутствует слот «Качества, оценки». Очевидно, что в данном случае испытуемые стремятся в первую очередь оценить стимул, описать его разнообразные качества (цвет, материал и т. п.).

Также общим для мужских и женских полей является то, что практически во всех исследуемых полях и у мужчин, и у женщин оказывается заполненным слот «Действия, деятельность». Это можно объяснить и особенностями грамматики: стимул-существительное закономерно вызывает реакцию в виде глагола, который описывает либо действие, совершаемое стимулом (*белье висит*), либо действие, которые можно совершить со стимулом (*белье гладить*).

Исследование полей методом выявления степени выделенности референта стимула также показало, что практически для всех стимулов (кроме стимула «серьга») и для мужчин, и для женщин референт-стимула оказался скорее выделен, чем не выделен, при этом и у мужчин, и у женщин менее всего выделен референт слова-стимула «серьга» (около 46% реакций у мужчин и около 51% реакций у женщин).

Таким образом, рассмотрев мужские и женские ассоциативные поля и их особенности, можно сделать вывод о том, что в их структуре больше общего, чем различного. Это подтверждается и выводами других исследователей, занимавшихся изучением гендерной специфики языкового сознания.

Но также можно говорить о наличии реальных различий в языковом сознании мужчин и женщин и о некотором влиянии гендера на их языковое сознание. Например, женщины реже, чем мужчины склонны давать символическую реакцию на стимул; мужчины дают скорее более разнообразные по составу реакции на вещественные стимулы, чем женщины; мужчины в большей степени обращают внимание на материал, из которого сделан предмет, т.е. охотнее дают реакцию категории «материал» на слово-стимул, чем женщины; у женщин ярче всего выделен референт слово стимула «шуба» (около 82% реакций), у мужчин — референт слова-стимула «белье» (около 81% реакций); у женщин-испытуемых ярче выделен референт таких типично «женских» стимулов, как *туфли, шуба, серьга*, а также референт стимулов, являющихся типично мужскими деталями одежды (*пиджак, галстук*), а у мужчин ярче выделен референт стимулов, являющихся типично женскими (*белье, сарафан*).