

В. В. Корольова
Україна, Дніпро

СПЕЦИФІКА ГЕНДЕРНО МАРКОВАНИХ СТЕРЕОТИПІВ У МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ УКРАЇНЦІВ

У статті досліджено концепти ДІВЧИНА і ХЛОПЕЦЬ у мовній свідомості сучасної української молоді. Через вільний асоціативний експеримент систематизовано лексеми, асоційовані з досліджуваними концептами, виділено їхні ядерні асоціативні ознаки та риси стереотипізації.

Ключові слова: гендер, концепт, концепт ДІВЧИНА, концепт ХЛОПЕЦЬ, гендерні стереотипи, асоціації.

В статье исследованы концепты ДЕВУШКА и ПАРЕНЬ в языковом сознании современной украинской молодежи. С помощью свободного ассоциативного эксперимента систематизированы лексемы, ассоциирующиеся с исследуемыми концептами, выделены их ядерные ассоциативные признаки.

Ключевые слова: гендер, концепт, концепт ДЕВУШКА, концепт ПАРЕНЬ, гендерные стереотипы, ассоциации.

The purpose of the study is to systematize and describe characteristics of the concepts: «a girl» and «a guy» with the help of associative experiment and gender stereotypes identification. The study is to: make a statistical analysis of associative characteristics, allocate core associative features of the researched concepts, compare the cores of associative fields among multi-gender groups of respondents, find a stereotyped associative loop of the analyzed concepts. During the course of the study there was conducted the experiment aimed at associative perceptions in the linguistic consciousness for heterogeneous subjects of speech activity.

To receive the necessary data there were interviewed 100 female and 100 male students from Oles Honchar Dniprovsky National University. As a result, there were received 1143 responses. They were statistically analyzed and contained gender stereotypes. The structure of gender concepts is filled with the following elements: individual segment (age, nationality, psycho-physiological parameters), relational segment (family and interpersonal relationships, emotional evaluation appeals, ameliorative and pejorative appeals), social (profession, financial position, authority) and supernatural segments (magic properties, fairy characters). The core of the concept of «a girl» – the first two segments, while the concept of «a guy» implies individual, relational and social segments. Cores of the analyzed concepts clearly reflect gender stereotypes that link the image of a girl with beauty, and the image of her guy – with strength. It should be noted that the results of the experiment prove certain shifts in gender stereotypes representation. In the associative field «a guy» and «a girl» properties are fixed, indicating the following lexical tokens: strong, proud, independent, confident, daring. «A girl» perceived as an object of love or a housewife denies such associative words given by a group of students as: intelligent, intellectual, books, important, purposeful.

Key words: gender, conception, woman concept, man concept, gender stereotypes, associations.

Стереотипізація постає одним із засобів створення символічних меж між своїм і чужим. За визначенням М. Пікерінга, найважливішою функцією стереотипів є визначення, де стоїть паркан і хто перебуває за його межами [14, p. 16].

Одним з актуальних завдань сучасної антропоорієнтованої лінгвістики є увага до гендерних стереотипів та їхніх виявів у різних дискурсах сьогодення. Цікавим аспектом гендерології є реструктуризація гендерно маркованих стереотипів у зв'язку зі змінами в мовній свідомості. Мовну свідомість потрактуємо як сукупність образів свідомості, сформованих за допомогою мовних

засобів – слів, вільних і сталих словосполучень, речень, текстів та асоціативних полів [13]. Дослідження гендерних стереотипів через асоціативні прийоми є пріоритетними, оскільки вони забезпечують спонтанність і неупередженість реакцій респондентів, створюючи певну об'єктивну даність щодо актуальних, психологічно реальних семантичних зв'язків слів та образів свідомості, закріплених у тій чи тій лінгвокультурі.

Метою нашої розвідки є систематизація й опис характеристик концептів «жінка» («чоловік»), зафіксованих через асоціативний експеримент, а також виявлення гендерних стереотипів. Поставлена мета передбачає виконання таких завдань: зробити статистичний аналіз асоціативних характеристик, виділити ядерні асоціативні ознаки досліджуваних концептів, порівняти ядра асоціативних полів у різногендерних групах респондентів, виявити стереотипований асоціативний шлейф аналізованих концептів.

В українському мовознавстві привертають увагу гендерні дослідження О. Бондаренка [1], В. Слінчук [6], Л. Ставицької [10, 11], Т. Сукаленко [12] та ін. Актуальність пропонованої статті зумовлює необхідність лінгвістичних розвідок, присвячених вивченню стереотипізації концептів «жінка» і «чоловік» у мовній свідомості сучасної української молоді.

Під час дослідження був проведений спрямований асоціативний експеримент, що мав на меті зафіксувати асоціації в мовній свідомості різногендерних суб'єктів мовної діяльності. Для отримання даних опитано 100 осіб жіночої статі та 100 – чоловічої статі, які є студентами Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара. Період здійснення експерименту лютий–березень 2018 року. Респондентам пропонували таблиці, у заголовку яких були дві лексеми «жінка» і «чоловік». Потрібно було внести до таблиці перші три асоціації на кожне слово-стимул. Від опитаних отримали 1143 реакції, що були проаналізовані статистично й серед яких виявлені гендерні стереотипи.

Аналіз проведеного асоціативного експерименту вимагає

визначення понять «концепт» і «гендерний стереотип». Відомо, що концепт перебуває на перетині різних наукових дисциплін, тому в сучасній лінгвістиці немає єдиного визначення цього терміна. Значущою ознакою концепту є здатність бути маркером етнічної картини світу, вибрати культурологічні смисли, що дає підстави вважати концепт не лише феноменом мовно-культурного, а й культурно-семіотичного плану, оскільки концепт здатний відбивати й «мовчазні смисли» культурних даностей найширшого кола семіотичних систем, основною з яких є мовна [9, с. 468].

У широкому трактуванні концепт – елемент мовної картини світу, що допомагає колективній або індивідуальній свідомості отримати, опрацювати й зберегти певний обсяг інформації про навколишній світ. Концепт входить до понятійного апарату когнітивної лінгвістики та лінгвістичної культурології. Остання визначає концепт як «умовну ментальну одиницю, спрямовану на комплексне вивчення мови, свідомості і культури» [3, с. 75]. У когнітивній лінгвістиці оперують концептом, що здебільшого охоплює знання, думки, уявлення пересічного носія мови про певний реальний чи уявний об'єкт [5, с. 70].

Під гендерним стереотипом трактуємо окремішній тип стереотипу, ґрунтований на знаннях про осіб різної статі, виокремлення для них певних рис, що відбито в специфіці асоціативних зв'язків різних концептосфер, у виникненні позитивної й негативної оцінки під час асоціативного мислення. Гендерні стереотипи, що виникли з біологічно-статевої реальності, маркують біологічні риси, соціальні ролі, особливості психіки й поведінки, притаманні представникам чи представницям певної статі в межах окремої культури. Поняття «гендерних стереотипів» є різновидом соціальних стереотипів, стандартизованих, стійких, емоційно насичених та ціннісно визначених образів [8], ґрунтованих на прийнятих у суспільстві уявленнях про «маскулінне» та «фемінне».

Гендерні концепти «жінка» і «чоловік» уважаємо культурно-значущими соціопсихологічними утвореннями в колективній свідомості, опредметненими в мовній формі

[4, с. 117]. Реакції, отримані під час вільного асоціативного експерименту, структурують асоціативне поле концептів з ядром та периферією. До ядра зараховуємо високочастотні реакції, до периферії – низькочастотні. Найчастотнішими виявлено реакції, що складають 24 % від загальної кількості реакцій на слово-стимул.

Унаслідок опитування асоціативний портрет «жінки» для аудиторії студенток є таким: стереотипно постає реакція, пов'язана з поняттям «краса» (*гарна* 33, *вродлива* 27, *струнка* 14, *доглянута* 13, *симпатична* 2, *стильна* 2, *сексуальна* 1). Концепт «жінка» стійко асоціюється в студенток з родиною (*господарка* 12, *дитина* 3, *берегиня домашнього вогнища* 3). Серед особистісних рис найважливішими постають, на думку респонденток, розум (*розумна* 25, *розум* 12), вихованість (*чемна* 10, *вихована* 7), турботливість (*турботлива* 8), ніжність (*ніжна* 12), доброта (*добра* 10), веселість (*весела* 10, *безтурботна* 3). Серед поодиноких асоціацій з рисами характеру виокремимо *щаслива* 4, *інтелігентна* 2, *романтична* 2, *смілива* 2, *талановита* 2, *сильна* 2, *горда* 2, *шалена* 1, *пунктуальна* 1.

Асоціативний шлейф концепту «жінка» складають також метонімічні лексеми: *волосся* 14, *сукня* 6, *губи* 2, *перука* 1, *корона* 1, *посмішка* 1, *сарафан* 1, *сльоза* 1. На важливості зовнішнього вигляду для жінки наголошують реакції: *гардероб* 8, *косметика* 3, *дзеркало* 2, *помада* 1, *манікюр* 1.

Для групи студентів лексема «жінка» асоційована також передусім з красою (*гарна* 18, *вродлива* 10, *красива* 5, *краса* 2, *врода* 1). У хлопців жінка нерідко співвідносна з поняттям «кохання» (*кохання* 12, *кохана* 3, *моя* 4, *важлива* 1, *маленька* 1), а також з поняттям «побачення» (*гроші* 16, *квіти* 10, *побачення* 6, *секс* 4, *цукерки* 4, *прогулянка* 2, *повітряні кульки* 2, *кіно* 2). Щодо особистісних рис зазначимо, що домінантною асоціативною ознакою постає «алогічність» (*відсутня логіка* 10, *немає логіки* 4, *нуль логіки* 2). Інші ознаки виокремлюють поодинокі: *ніжна* 8, *добра* 6, *розумна* 4, *наївна* 2, *сором'язлива* 2, *вихована* 2, *порядна* 1, *слабка* 1. Асоціативний ряд, пов'язаний з поняттям родини, набагато ширший, ніж у студенток:

родина 4, борщ 4, мама 2, тепло 2, кухня 2, діти 2, їжа 1, заатишок 1, хазяйка 1, бабуся 1, вміє готувати 1.

Метонімічні лексеми, що асоціюються в студентів з концептом «жінка», унаочнені рядом: *сукня 10, волосся 10, одяг 4, руки 4, груди 4, очі 2, спідниця 2, сідниці 1.* Хлопчача група респондентів поодинокі асоціативні ознаки вербалізує в лексемах: *сестра 2, мелодрами 2, книжки 4, Оля 1, Ганна 1, Карина Семенівна 1.* Негативно оцінні характеристики жінки нечисленні: *дурна 5, вередлива 2, нерви 2, повія 2, хвойда 1, стерва 1.*

Зміст асоціативного поля «чоловік» найчастіше унаочнено для респондентів-дівчат стереотипним уявленням про силу й мужність чоловічої статі (*сильний 34, сміливий 18, мужній 16, спортивний 14, дужий 2*). Значущість фізичної форми група респонденток маркує лексемами: *прес 4, статура 3, качок 3, тренажерна зала 1.* Щодо емоційної й ментальної сфер чоловіків зазначимо пріоритет таких рис: *розумний 15, надійний 14, відповідальний 12, веселий 8, вихований 7, добрий 6, ініціативний 4, спокійний 4, харизматичний 2, працевлаштований 1, самотійний 1, самотній 1, крутий 1.* Зовнішні чоловічі характеристики менш актуальні для дівчат (*високий 12, гарний 10, шатен 2, блакитноокий 2, кароокий 1*).

Асоціації про якості чоловіків, пов'язані з родиною, фіксують нульовий показник. Серед метонімічних асоціативних

лексем переважають: *очі 6, брюки 4, годинник 3, борода 2, щетина 2, краватка 1, діловий костюм 1.* Непродуктивною є реакція «кохання» (*кохання 6*). Негативно оцінні асоціації вербалізовано лексемами *дурний 4, грубиян 2, вареник 1, гульвіса 1.*

Група респондентів-хлопців найпродуктивнішою реакцією на стимул «чоловік» запропонувала лексеми, пов'язані з дружбою: *друг 32, підтримка 9, побратим 2, товариш 1, дружбан 1.* Щодо найпоширеніших рис зазначимо такі: *сильний 23, спортивний 16, упевнений 14, мужній 12, працьовитий 7.* Поодинокі реакції унаочнюють лексеми: *високий 5, веселий 3, побитий 2, охайний 1, п'яний 1,*

egoїст 1. Метонімічні відповіді, асоційовані із чоловіком, поширені: *кросівки* 3, *гаманець* 2, *чоботи* 1, *мозок* 1, *костюм* 1, *піджак* 1. Стереотипними є реакції, виражені іменниками: *хижак* 4, *алкоголь* 4, *успіх* 3, *боротьба* 2, *захист* 2, *армія* 1.

Продуктивними стали відповіді, пов'язані з автомобілями (*машина* 6, *авто* 5, *швидкість* 2, *джип* 1), комп'ютерами (*комп'ютер* 8, *комп'ютерні ігри* 6, *гравець* 1).

Услід за М. Дьоміною, структуру гендерних концептів заповнюємо такими елементами: індивідуальний сегмент (вік, національність, психофізіологічні параметри), реляційний сегмент (сімейно-родинні стосунки, міжособистісні стосунки, емоційно-оцінні апеляції, меліоративні та пейоративні апеляції), соціальний (професія, матеріальне становище, належність до влади) і надприродний сегменти (магічні властивості, казкові персонажі) [2, с. 93–94]. Ядро концепту «жінка» складають ознаки перших двох сегментів, а концепту «чоловік» індивідуального, реляційного й соціального сегментів.

Проведений асоціативний експеримент у черговий раз довів наявність гендерних стереотипів у мисленні сучасних українців, зокрема молоді. Традиційні стереотипні уявлення формувалися протягом століть, закріплювалися у свідомості не одного покоління мовців і продовжують впливати на сьогоденне світосприйняття. У цьому аспекті роль жінки тяжіє до суто приватної сфери (сім'я, домашні побутові обов'язки, діти), чоловіку ж належить публічне призначення (робота, самореалізація та суспільне визнання) [7, с. 68]. Лінгвістичні вияви мовної свідомості сучасної молоді піддаються гендерній стереотипізації, що зумовлено соціальними відмінностями між жінками й чоловіками в зовнішності та поведінці.

Ядра аналізованих концептів чітко відбивають гендерні стереотипи, що пов'язують образ жінки з красою, а образ чоловіка із силою. Водночас зауважимо, що результати експерименту доводять певні зсуви в гендерному стереотипному уявленні. В асоціативному полі «жінка» закріплюються «чоловічі» ознаки, унаочнені лексемами

сильна, горда, самостійна, впевнена, смілива. Сприймання жінки лише як об'єкта кохання чи домогосподарки заперечують такі асоціативні слова, наведені групою студентів, як: *розумна, інтелектуалка, книжки, важлива, цілеспрямована.*

Отже, висновковуємо, що для концепту «жінка» стереотипною ознакою є «врода», для концепту «чоловік» – «сила» та «дружба». Таке структурування гендерних концептів у мовній свідомості зумовлене впливом стереотипів, що впливають на традиційні уявлення про типові жіночі й чоловічі риси. Перспективою подальших розвідок вважаємо аналіз особливостей мовної реалізації гендерних концептів у художньому дискурсі.

Бібліографічні посилання

1. Бондаренко О. С. Концепти «чоловік» і «жінка» в українській та англійській мовних картинах світу : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.17. Донецьк, 2005. 19 с.
2. Дёмина М. В. Гендерная концептосфера британского сказочного дискурса: от традиции к современности. *Вестник Самарского государственного университета.* 2006. № 10/2 (50). С. 90–96.
3. Карасик В. И., Слышкин Г. Г. Лингвокультурный концепт как единица исследования. *Методологические проблемы когнитивной лингвистики.* Воронеж : ВГУ, 2001. С. 75–80.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Москва : Гнозис, 2004. 390 с.
5. Краснобаєва-Чорна Ж. Термінополе концепт. *Українська мова.* 2006. № 3. С. 67–79.
6. Слінчук В. В. Мовностилістичні засоби творення гендерних образів молоді (за матеріалами друкованих мас-медіа) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. Київ, 2006. 20 с.
7. Слінчук В. В. Соціальна типізація гендерних стереотипів у мові ЗМІ. *Наук. зап. Ін-ту журналістики.* Київ, 2004. Т. 17. С. 67–74.

8. Словник гендерних термінів. – URL: <http://www.gender.kiev.ua/vocab.htm>. (дата звернення 21.07.2018).
9. Слухай Н. В. Сучасні лінгвістичні теорії концепту як мовно-культурного феномену. *Мовні і концептуальні картини світу*. Київ : Логос, 2002. № 7. С. 462–470.
10. Ставицька Л. Гендерні стереотипи в сучасній мовній свідомості. *Дивослово*. 2005. № 6. С. 45–50.
11. Ставицька Л. Мова і стать. *Критика*. 2003. № 6. С. 29–34.
12. Сукаленко Т. М. Метафоричне вираження концепту жінка в українській мові. Київ : Інститут української мови : Вид. дім Дмитра Бураго, 2011. 240 с.
13. Тарасов Е. Ф. Актуальные проблемы анализа языкового сознания. *Язык. Сознание. Культура*. Москва, 2006. URL: http://www.iling-ran.ru/library/psylingva/sborniki/Book2000/html_2.
14. Pickering M. Stereotyping: the politics of representation. New York : New York Press, 2001. 264 p.