

Покаякова Карина Александровна

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВ ЖЕНЩИНЫ И МУЖЧИНЫ В АМЕРИКАНСКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ

Статья посвящена исследованию гендерных особенностей восприятия образов "woman" и "man" в языковом сознании женских и мужских групп американских респондентов по результатам свободного ассоциативного эксперимента. В ассоциативных полях, включающих наиболее частотные реакции, выявляется преобладание общих и позитивных психолингвистических характеристик образов женщины и мужчины, а также высокий уровень гендерного равенства.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2015/1-2/44.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2015. № 1 (43): в 2-х ч. Ч. II. С. 167-169. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2015/1-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 8; 81

Филологические науки

Статья посвящена исследованию гендерных особенностей восприятия образов «woman» и «man» в языковом сознании женских и мужских групп американских респондентов по результатам свободного ассоциативного эксперимента. В ассоциативных полях, включающих наиболее частотные реакции, выявляется преобладание общих и позитивных психолингвистических характеристик образов женщины и мужчины, а также высокий уровень гендерного равенства.

Ключевые слова и фразы: языковое сознание; бинарная оппозиция; образ мужчины; образ женщины; гендер; ассоциативный эксперимент.

Покоякова Карина Александровна

*Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова
karina_p.84@mail.ru*

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВ ЖЕНЩИНЫ И МУЖЧИНЫ В АМЕРИКАНСКОМ ЯЗЫКОВОМ СОЗНАНИИ[©]

Человеческое мышление структурирует окружающий мир и образ человека через посредство бинарных оппозиций типа *день/ночь, жизнь/смерть* и т.д. Фундаментальное для человеческой культуры бинарное противопоставление «*мужчина – женщина*», несомненно, занимает важное место в языковом сознании представителей разных этносов как одно из важнейших характеристик человека. Ученые отмечают, что «женская половая идентичность предполагает обязательную включенность в образ «женщина» знаний о мужчине» [4, с. 275]. Невозможно познать сущность *женщины*, не проводя сравнений с *мужчиной*, и наоборот.

В данной статье представлены результаты свободного ассоциативного эксперимента (далее – САЭ), направленного на выявление гендерных особенностей восприятия образов «woman» и «man» в языковом сознании носителей американской лингвокультуры. В САЭ приняло участие 300 американских студентов Западно-Вашингтонского университета (США), из них 145 мужчин и 155 женщин. Все респонденты являются носителями американского варианта английского языка. Эксперимент проводился автором в 2012-2013 гг. в письменной форме с помощью компьютерной программы проведения опросов «Snap Survey».

Выбор ассоциативного эксперимента для проведения исследования обусловлен эффективностью данного метода, позволяющего «овнешнить» языковое сознание и получить ассоциативные поля – «фрагменты вербальной памяти человека, образа мира того или иного этноса, отраженного в сознании «среднего» носителя той или иной культуры, его мотивов, оценок, культурных стереотипов» [5, с. 206-208]. Анализ особенностей американского языкового сознания мы проводим в рамках так называемой «гендерной парадигмы», которая учитывает воздействие на ассоциативное поведение человека его «половой принадлежности» [2, с. 193].

Полученные ассоциативные реакции на слова-стимулы *woman* и *man* позволили сформировать соответствующие ассоциативные поля (далее – АП). Анализ их количественных и содержательных параметров выявил преобладание общности гендерных характеристик:

1) примерно одинаковым оказалось число совпадающих реакций женских и мужских ответов: в АП «woman» совпало 21 слово из 146 слов (14,4% совпадений) и в АП «man» – 20 слов из 161 (12,4%);

2) очень близким является соотношение количества разных реакций: в АП «woman» было получено 70 (47,9%) разных слов-реакций у мужчин и 76 (52%) – у женщин; в АП «man» женские респонденты дали 81 (50%) разную реакцию и мужские информанты – 80 слов (49,7%);

3) в составе как мужских, так и женских реакций доминирующей группой являются имена существительные (28,9% у женщин и 27,3% у мужчин), далее по частотности идут синтагматические модели ассоциирования, представленные именами прилагательными (19,9% и 17,6% соответственно).

Рассмотрим гендерные особенности восприятия образов женщины и мужчины в американском языковом сознании на материале первых десяти наиболее частотных реакций. В нижеприведенной таблице данные реакции распределены по соответствующим ассоциативным полям в разрезе женских и мужских ответов.

Таблица 1.

Ассоциативные поля «woman» и «man» в гендерном аспекте

Группы респондентов	АП «woman»	АП «man»
Женщины	<i>man</i> „мужчина“ (12); <i>girl</i> „девушка, девушка“ (10); <i>female</i> „женщина, женский“ (10); <i>strong</i> „сильная“ (8); <i>beautiful</i> „красивая“ (5); <i>beauty</i> „красота“ (5); <i>pretty</i> „милая, хорошенькая“ (5); <i>lady</i> „леди“ (5); <i>dress</i> „платье“ (5); <i>hair</i> „волосы“ (4)	<i>woman</i> „женщина“ (14); <i>strong</i> „сильный“ (10); <i>adult</i> „взрослый“ (5); <i>tall</i> „высокий“ (4); <i>boy</i> „мальчик“ (4); <i>male</i> „мужчина, мужской“ (4); <i>masculine</i> „мужественный“ (4); <i>father</i> „отец“ (4); <i>leader</i> „лидер“ (4); <i>suit</i> „кэтьюм“ (3)

Группы респондентов	АП «woman»	АП «man»
Мужчины	<i>man</i> „мужчина“ (16); <i>girl</i> „девочка, девушка“ (13); <i>beautiful</i> „красивая“ (10); <i>female</i> „женский, женщина“ (9); <i>strong</i> „сильная“ (9); <i>beauty</i> „красота“ (7); <i>mom</i> „мама“ (5); <i>mother</i> „мать“ (3); <i>pretty</i> „милая, хорошенькая“ (3); <i>sexu</i> „сексуальная“ (3)	<i>woman</i> „женщина“ (17); <i>strong</i> „сильный“ (13); <i>tall</i> „высокий“ (8); <i>adult</i> „взрослый“ (5); <i>guy</i> „парень“ (5); <i>person</i> „человек“ (4); <i>suit</i> „костюм“ (4); <i>independent</i> „независимый“ (4); <i>male</i> „мужчина, мужской“ (3); <i>beard</i> „борода“ (3)

Приведенные выше экспериментальные данные показывают, что первой самой частотной ассоциацией как у мужчин, так и женщин на слово-стимул *woman* стало слово *man* „мужчина“ (12; 16) и, наоборот, *man* – *woman* „женщина“ (14; 17) соответственно. Частотность данных реакций позволяет говорить о прочности этой бинарной пары образов в американском языковом сознании. Детализация этой гендерной оппозиции происходит с помощью реакций-синонимов: *woman* – *female* „женщина“ (10; 9), *lady* „леди“ (5); *man* – *male* „мужчина“ (4; 3). Необходимо отметить доминирование оппозитивных групп гендерных ассоциаций в психолингвистических исследованиях, проведенных ранее [1; 3].

Второй по частотности реакцией у мужчин и женщин в АП «woman» является слово *girl* „девочка, девушка“ (10; 13), указывающее на возрастные особенности, отличающие женщину от девочки. В АП «man» возрастные маркеры обозначаются через слово *adult* „взрослый“ (5; 5), находящееся на третьем месте по частотности у женских и мужских респондентов. Этот ассоциат конкретизируется далее следующими реакциями: *boy* „мальчик“ (4) – у женщин и *guy* „парень“ (5) – у мужчин.

Ведущей характеристикой мужчины в АП «man» выступает реакция-прилагательное, обозначающее силу: *strong* „сильный“ (10 реакций у женщин и 17 – у мужчин). Данный ассоциат менее частотен в АП «woman» (8 реакций у женщин и 9 – у мужчин), что объясняется существенной разницей, прежде всего, в мужских ответах. Важно в этой связи также отметить многозначность слова *strong*, которое может обозначать как физическую силу, так и силу характера и воли, что затрудняет его интерпретацию в составе АП. Конкретизация понятия физической силы в частотных реакциях на стимул *man* происходит с помощью ассоциации *masculine* „мужественный“ (4 реакции у женщин). Следует отметить, что женская часть испытуемых дала также реакцию *weak* „слабая“ на слово *woman*. Однако этот ассоциат составляет 0,6% всех реакций и, следовательно, занимает периферийную зону АП «woman». Таким образом, можно сказать, что стереотип восприятия женщины как слабого пола теряет свою актуальность в американском языковом сознании.

Одно из важных мест в структуре АП «woman» и «man» занимает описание внешности. В женской характеристике внешности преобладают следующие реакции: *beautiful* „красивая“ (5; 10), *beauty* „красота“ (5; 7), *pretty* „милая“ (5; 3), *sexu* „сексуальная“ (0; 3). Количество характеристик женской красоты у мужских респондентов превысило подобный показатель у женских информантов, составив 23 и 15 реакций соответственно. Таким образом, в языковом сознании респондентов мужского пола ведущей физической характеристикой женщины является ее красота и привлекательность.

При описании внешности женщины женская часть респондентов отмечает *hair* „волосы“ (4), а мужская часть выделяет *beard* „борода“ (3) во внешности мужчины. Возможно, это указывает на тенденцию к возвращению популярности ношения бороды или легкой небритости в настоящее время. Например, в США молодые люди считают, что борода или щетина подчеркивают маскулинность и гетеросексуальность, а также позволяют выглядеть старше и мудрее.

Интересно отметить, что американские студенты обоих полов подчеркивают особенности мужского телосложения реакцией *tall* „высокий“ (4; 8). Частотность данной ассоциации у респондентов мужского пола превысила в 2 раза аналогичную ассоциацию у информантов женского пола и составила 67% от общего числа всех реакций слова *tall*, которое, видимо, наделяет мужчину определенным преимуществом.

В частотных реакциях присутствуют также слова, обозначающие атрибуты женской и мужской одежды: для женщин – это *dress* „платье“ (5 реакций у женщин), а для мужчин – *suit* „костюм“ (3 реакции у женщин и 4 – у мужчин). Реакцию *suit* можно толковать в его прямом значении как части мужского гардероба, или как внешний маркер принадлежности к мужской половине человечества.

Не менее важными в американском языковом сознании считаются традиционные семейные роли: *woman* – *mom* (*mother*) „мама (мать)“ (8 реакций у мужчин); *man* – *father* „отец“ (4 реакции у женщин). Очевидно, что для мужчин образ женщины, прежде всего, связан с образом матери, и, наоборот, для женщин мужчина ассоциируется с отцом. Вероятно, здесь можно также сделать предположение о том, что образы матери и отца являются своеобразной ролевой моделью в сознании детей при выборе будущего спутника или спутницы жизни.

Образ мужчины не складывается также без набора деловых качеств: *independent* „независимый“ (4 реакции у мужчин) и *leader* „лидер“ (4 реакции у женщин). Восприятие мужчины как лидера в женском сознании отражает стереотипные представления о его доминировании в сфере профессиональной деятельности. Среди самых частотных реакций в АП «woman» подобные характеристики не были обнаружены.

Таким образом, в американском языковом сознании представителей обоих полов восприятие женщины и мужчины представлено устойчивыми антонимическими дихотомиями «woman/man» и «man/woman»: реакция *woman* составляет 10% от общего числа ассоциатов в АП «man» и ассоциация *man* – 9% всех реакций в АП «woman».

Образы женщины и мужчины в глазах респондентов женского и мужского полов имеют больше совпадений, чем отличий. Это выражается с помощью маркеров: силы (*strong* „сильный(-ая)“); возраста (*girl* „девочка“/

boy – мальчик, *girl* – девушка/*guy* – парень); семейных ролей (*mother* – мать/*father* – отец); атрибутов гардероба (*dress* – платье/*suit* – костюм).

В целом преобладают позитивные и нейтральные ассоциации в восприятии образов женщины и мужчины, что свидетельствует о достаточно высоком индексе гендерного равенства, «овнешненного» с помощью ведущих реакций респондентов обоего пола.

Список литературы

1. **Боргоякова Т. Г., Покоякова К. А.** Лексикографическая и психолингвистическая репрезентация образа женщины в разных лингвокультурах // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. Т. 10. № 2. С. 45-50.
2. **Горошко Е. И.** Языковое сознание: ассоциативная парадигма: дисс. ... д. филол. н. М., 2001. 287 с.
3. **Покоякова К. А.** Образ мужчины в языковом сознании русских и американцев // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 7 (25). Ч. II. С. 147-149.
4. **Тарасов Е. Ф., Тарасова М. Е.** Исследование ассоциативных полей представителей разных культур // Ментальность россиян / под общ. ред. И. О. Дубова. М.: Фирма «Имидж-контакт», 1997. С. 253-277.
5. **Уфимцева Н. В.** Языковое сознание: динамика и вариативность. М. – Калуга: Институт языкознания РАН, 2011. 252 с.

GENDER PECULIARITIES OF IMAGES OF WOMAN AND MAN IN THE AMERICAN LINGUISTIC CONSCIOUSNESS

Pokoyakova Karina Aleksandrovna

Khakass State University named after N. F. Katanov
karina_p.84@mail.ru

The article is devoted to investigating the gender peculiarities of the perception of the images –woman” and –man” in the linguistic consciousness of the female and male groups of the American respondents by the results of free associative experiment. In associative fields including the most frequent responses the author identifies the dominance of the general and positive psycholinguistic characteristics of the images of woman and man as well as the high level of gender equality.

Key words and phrases: linguistic consciousness; binary opposition; image of man; image of woman; gender; associative experiment.

УДК 811.512.211:36

Филологические науки

В данной статье исследуются формы степеней сравнения прилагательных в эвенском языке. К настоящему времени накоплен большой фактический материал эвенского языка, и этот материал позволяет выявить новые аспекты в изучении прилагательных. Целью статьи является выявление особенностей форм степеней сравнения и субъективной оценки прилагательных в эвенском языке. Главная особенность в том, что морфологический способ образуется от основы положительной степени и выражается особой синтаксической конструкцией, где предмет, с которым сравнивают, принимает форму отложительного падежа.

Ключевые слова и фразы: эвенский язык; прилагательные; степени сравнения; способы образования; качество.

Попова Мария Дмитриевна

*Институт гуманитарных исследований и проблем малочисленных народов Севера
Сибирского отделения Российской академии наук*
maria.milana@yandex.ru

СТЕПЕНИ СРАВНЕНИЯ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ В ЭВЕНСКОМ ЯЗЫКЕ[©]

Эвены относятся к малочисленным народам Севера. Они проживают на территории Хабаровского края, Республики Саха (Якутия), Чукотки, Магаданской и Камчатской областей.

Язык принадлежит к тунгусо-маньчжурской группе. По мнению ряда исследователей, тунгусо-маньчжурские языки составляют единую алтайскую языковую семью с монгольскими и тюркскими языками.

Наиболее заметными в области изучения прилагательных в эвенском языке являются труды В. Г. Богораз [1, с. 19], В. И. Левина [6, с. 138-142], В. И. Цинциус [9, с. 97-116], К. А. Новиковой [7, с. 117], В. Д. Лебедева [5, с. 46-54].

Степени сравнения прилагательных в эвенском языке представлены в работах В. А. Роббека [8, с. 545-553], А. А. Даниловой [2, с. 63-78], Х. И. Дуткина [3, с. 27-31], Р. П. Кузьминой [4, с. 108-110] и др.

К настоящему времени накоплен большой фактический материал эвенского языка, и этот материал позволяет выявить новые аспекты в изучении прилагательных.