

УДК 811.161.3(276.3)

Т. А. Ячная, преподаватель (БГТУ)

**ВЫБОР СТРАТЕГИИ АССОЦИИРОВАНИЯ (ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ)**

Гендерный аспект является одним из важнейших условий при изучении языкового сознания и национального коммуникативного поведения. Тематическая направленность ассоциирования определяется множеством факторов, игнорирование хотя бы одного из которых может привести к искаженному представлению о языковой картине мира. Ассоциативный эксперимент является своеобразным показателем предречевой способности индивидуума и наглядно демонстрирует наличие гендерных различий в выборе стратегии ассоциирования. Очевидно, что «женское» коммуникативное поведение отличается от «мужского», и изучение этих отличий требует особого внимания.

The gender aspect is one of the most important conditions of the studying of linguistic consciousness and national communicative behavior. The thematic scope of the association process is determined by many factors. The veracious ungarbled linguistic worldview should be had only upon conditions of integrated studies. Association experiment is a kind of indicator of the individual's preverbal ability and demonstrates the presence of gender differences in a choosing of associating strategy. Obviously the «feminine» communicative behavior differs from the «male» one and the study of these differences requires special attention.

**Введение.** Влияние гендерного параметра на ассоциативное поведение испытуемых оказывается иногда не менее важным, чем влияние возрастного или социального параметра. Не следует забывать, что гендерный фактор, также как и другие факторы, влияет на формирование и развитие «языкового» сознания, а также на выбор языковой или ассоциативной стратегии. Гендерные исследования в современном обществе направлены на изучение различных аспектов жизнедеятельности человека с позиции пола. Среди большого разнообразия вопросов гендерная лингвистика изучает отражение гендера в речи, а также занимается исследованиями в области коммуникативного поведения мужчин и женщин в целом. Прежде всего описывается, при помощи каких средств и в каких контекстах конструируется гендер, а также как влияют на этот процесс социальные факторы и коммуникативная среда. На наш взгляд, при исследовании гендерной составляющей достаточно перспективными являются методики, используемые в психолингвистике. Речь идет о свободном ассоциативном эксперименте. Также нам представляется весьма перспективным создание специальных проектов, предполагающих работу группы исследователей. Интересные результаты может дать сотрудничество специалистов разного профиля, например лингвистов и юристов, лингвистов и экономистов и т. д. Только при комплексном изучении можно получить достоверную картину языковой картины мира. Критики гендерных исследований постоянно указывают на то, что в целом в ассоциативном поведении полов больше сходств, чем различий. И это, конечно же, так. Однако в тех случаях, когда эти различия обнаруживаются, нужно сосредоточить на них все свое внимание, чтобы расширить имеющиеся знания о протекании

ассоциативных процессов и на анализе их отражения в языковом сознании человека.

**Основная часть.** В проведенном нами эксперименте приняло участие 200 человек в возрасте от 14 до 17 лет (98 юношей и 102 девушки). Испытуемым было предложено заполнить анкету, в которой им следовало назвать максимально возможное количество слов, ассоциирующихся у них с понятием «маральныя каштоўнасці». Время проведения эксперимента не ограничивалось, хотя в среднем анкеты заполнялись не более трех минут. Испытуемых просили реагировать быстро, не раздумывая. Эксперимент проводился на материале белорусского языка, все испытуемые являлись учащимися белорусскоязычных гимназий и школ и свободно владели белорусским языком. Было получено и проанализировано 1063 реакции (461 – юноши, 602 – девушки).

Мы также решили проследить влияние на ассоциативный процесс гендерного фактора и его отражение в языковом сознании. Выявление особенностей мужского и женского языкового поведения за последние десять лет стало обязательным условием проведения лингвистических исследований, поскольку антропоцентрический подход к языку предполагает «усиленное внимание ко всем параметрам человеческой личности, отражающимся в языке... Гендер, понимаемый как культурно обусловленный и социально воспроизводимый феномен, представляет один из таких параметров...» [2; с. 239].

В итоге, изучив ряд словарных и энциклопедических статей, посвященных определению «высших моральных ценностей», используя метод компонентного анализа, мы выделили в структуре исследуемых слов так называемые архисемы (классификация В. Г. Гака), представленные в семантической структуре полу-

ченных ассоциатов как эксплицитно, так и имплицитно. Как мы и предполагали, большая часть экспериментального материала была разделена на семь групп, названиями которых послужили аристотелевские категории. В данной работе мы приводим лишь наиболее частотные реакции, составляющие ядро ассоциативного поля «моральныя каштоўнасці» (729 реакций): 1. «свобода и ответственность» (совпадение по эксплицитной семе выбор без принуждения): свабода 14; (совпадение по эксплицитной семе понятие о должном, обязанность отвечать за свои поступки и действия): адказнасць 6; спра-вядлівасць 3; 2. «добро и зло» (совпадение по эксплицитной семе оценка): дабро 9; зло 3; (группа «добро и зло» могла бы содержать гораздо больше слов, если бы анализ базировался на эксплицитных семах хорошо и плохо); 3. «долг и совесть» (совпадение по эксплицитной семе регулятив): самасвядомасць 4; сумленнасць 11; сумленне 10; 4. «честь и достоинство» (совпадение по имплицитной семе самоуважение): годнасць 3; гонар 8; 5. «смысл жизни и счастье»: а) (совпадение по имплицитной семе жизнь как целостный процесс): жыццё 13; б) (совпадение по эксплицитной семе радостное состояние): шчасце 3; 6. «любовь»: а) (совпадение по эксплицитной семе привязанность): гуманізм 2; каханне 10; любоў 14; любоў да Радзімы 5; патрыятызм 8; Радзіма 16; родная краіна 2; родная мова 5; спадчына 2; б) (совпадение по имплицитной семе отношения): адносіны 7; адносіны паміж людзьмі 5; добрыя адносіны 3; добрыя адносіны да людзей 2; бацькі 3; выхаванне 6; дзеці; дзіця 2; маці 3; мова 7; дом 4; сяброўства 20; сябар 3; сябры 12; сям'я 33; 7. «добродетель и порок» (совпадение по эксплицитной семе моральное качество (свойство) личности, по имплицитной семе черта характера): адвага 4; адданасць 3; альтруізм 3; бескарыслівасць 2; бескарыснасць 3; ветлівасць 11; дабрыня 55; далікатнасць; добразычлівасць 22; добрасумленнасць 2; духоўнасць 5; міласэрнасць 10; мужнасць 3; праўдзівасць 6; праца 2; працавітасць 2; сардэчнасць 3; спагадлівасць 5; стараннасць 3; талерантнасць 2; цяроплівасць 2; чалавекалюбства 2; чалавечнасць 8; чуласць 4; шчырасць 13; эгаізм 2.

Анализируя «ядерную» лексику, мы обнаружили, что тематика исследуемого ассоциативного поля несколько шире, чем общепризнанные этические категории. Это объясняется и тем, что, во-первых, в современных социогуманитарных дисциплинах «моральные ценности» рассматриваются как динамическое понятие, и хотя моральное сознание является наиболее консервативным из всех видов сознания, все же и оно подвержено изменениям. А во-вторых,

процессу ассоциирования было подвергнуто не отдельное слово, а словосочетание, что несколько усложнило задачу испытуемым. По этой причине часть полученных слов явилась не столько реакцией на устойчивое выражение «моральные ценности», сколько отдельными реакциями на стимулы «мораль» и «ценности». Как следствие этого, в нашей классификации появились новые группы, уже ставшие для испытуемых реальностью и неотъемлемой частью их языкового сознания.

Так, например, одним из наиболее многочисленных стал блок «образование», в который были включены ассоциаты, связанные с процессом обучения и воспитания: грамадазнаўства 11; кнігі 3; добрыя паводзіны 4; вучоба 3; інтэлект 2; розум 12; Цыбульскі Д. Т. (настаўнік) 2; школа 2; адукацыя 9; выхаванасць 9. «Ценность» данного блока для опрашиваемых школьников, на наш взгляд, очевидна.

Достаточно частотными являются группа «уважение», содержащая вторую по частотности реакцию эксперимента: павага 34; павага да дарослых 2; павага да іншых 4; павага да старэйшых 4; и группа «помощь»: дапамога 9; узаемадапамога 8; дапамога іншым 2. Также мы помечали нужным выделить блок «религия»: душа 10; рэлігія 5; духоўныя каштоўнасці 4; верацяроўнасць 2; душэўныя пачуцці 2.

Анализируя тематическое разнообразие полученного в ходе эксперимента языкового материала с учетом гендерного аспекта, можно заключить, что в большинстве случаев реакции, вошедшие в ядро ассоциативного поля (наиболее стереотипные), принадлежали девушкам, в то время как большая часть единичных реакций – юношам. Это может быть свидетельством того, что данный этап концептуализации (этап формирования представления) у девушек протекает несколько быстрее. Практически нет ни одной темы, в которую вошли бы только мужские или только женские ассоциаты. Различным является лишь соотношение количества реакций. Так, например, в группе «образование» из 57 реакций 42 принадлежат девочкам и только 15 – мальчикам. Многие реакции являются одинаково «важными» для представителей как мужского, так и женского пола. Например, реакции каханне, свабода, павага, узаемадапамога, шчырасць, чуласць, добразычлівасць (и некоторые другие) встречаются и в одних, и в других анкетах одинаковое количество раз. Число таких ассоциатов, как Радзіма, мова, гонар, душа, патрыятызм, сумленнасць, сумленне, сяброўства, сябры, сям'я, превалирует в анкетах у ребят, а вот слова любоў, чалавек, міласэрнасць, духоўнасць, дом, дзіця, дапамога, давер, дабрыня по количеству реакций лидируют в анкетах у де-

вушек. Интересно, что иконический знак интернет-смайлик :-)) и название компьютерной игры Call of Duty: modern warfare 1.2 в «женских» анкетах не встречаются вообще.

Выделенная нами в отдельный блок группа «моральные ценности» обращает на себя особое внимание. В нее вошли реакции в той или иной мере повторяющие предъявленный стимул: мараль 16; каштоўнасць 6; маральнасць 2. Этот способ ассоциирования, по нашему мнению, отражает незнание учениками старших классов значения высоко абстрактных лексем, а также является показателем меньшей гибкости психики. В нашем эксперименте этот тип реагирования был свойственен в основном юношам (мараль 11 из 16; каштоўнасць 5 из 6; маральнасць 2).

Также нами было установлено, что при выборе стратегий ассоциирования юноши и девушки действуют по-разному.

Стратегия ассоциирования характеризуется скоростью реагирования, стереотипностью выбора ассоциата, а также характером связи, лежащим в основе ассоциативного биннома.

В ходе эксперимента было зафиксировано, что по первому параметру (скорость реагирования) резких отличий в группах выявлено не было. Как юноши, так и девушки укладывались в отведенный отрезок времени. Однако нулевые ответы (отказы отвечать) чаще встречались у молодых людей.

Анализ результатов эксперимента с учетом второго параметра позволил заключить, что наиболее стереотипные реакции, формирующие ядро ассоциативного поля, принадлежат юношам, а большая часть единичных (периферийных) реакций – девушкам. Также девушки являются более многословными и легче продолжают ассоциативный ряд (дают столько реакций, насколько у них хватает времени), парни же чаще ограничиваются одной реакцией.

Эксперимент выявил, что количество грамматически не связанных ассоциативных бинномов, основанных на парадигматической связи, в большинстве случаев встречается у молодых людей, девушки же чаще реагируют грамматически связанными парами, которые основываются на синтагматической связи. Это значит, что девушки чаще реагируют словосочетаниями или даже целыми предложениями (*духоўнае –*

*гэта калі людзі табе дапамагаюць духоўна; калі нешта для чалавека каштоўнае; калі ў чалавека ёсць вельмі яму дарагія рэчы;*(10) *калі ў чалавека ёсць якія-небудзь прынцыпы; калі чалавек дапаможа першаму сустрэчанаму; мне ўсяго хапае*). Юноши же в большинстве случаев дублируют в ассоциате ту часть речи, к которой принадлежит стимул (на существительное реагируют существительным, на прилагательное – прилагательным и т. д.)

Однако следует отметить, что столь заметные отличия в стратегиях ассоциирования встречались нами в экспериментах, где в качестве стимулов выступала «конкретная лексика». При использовании так называемых высоко абстрактных стимулов стратегии ассоциирования по большей части унифицировались.

**Заключение.** До недавнего времени гендерному анализу в основном подвергались письменные тексты. Ассоциативный эксперимент является своеобразным показателем предречевой способности индивидуума и наглядно демонстрирует наличие гендерных различий в выборе стратегии ассоциирования. Анализ результатов ассоциативного эксперимента дает представление о различиях, существующих в выборе стратегии ассоциирования мужчинами и женщинами. В ходе эксперимента было выявлено, что наиболее яркие различия прослеживаются на уровне выбора типа связи в ассоциативном бинноме. И хотя нельзя сказать, что выбор ассоциативной стратегии обусловлен сугубо гендерным аспектом, очевидно, что «женское» коммуникативное поведение отличается от «мужского», и изучение этих отличий требует особого внимания.

### Литература

1. Горошко Е. И. Языковое сознание (ассоциативная парадигма): дис. ... д-ра филол. наук 10.02.19. Москва, 2001. 553 с.
2. Кирилина А. В. Новый этап развития отечественной лингвистической гендерологии // Гендерные исследования и гендерное образование в высшей школе: материалы международной научной конференции, Иваново, 25–26 июня 2002 г. В 2 ч. Ч. II. История, социология, язык, культура. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2002. С. 238–242.

Поступила 30.03.2014.