

<https://doi.org/10.5281/zenodo.3770904>

УДК 81-111

Шиповская А.А., Циленко Л.П., Тишкина И.А., Болтнева Н.А.

Шиповская Анна Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент, Тамбовский государственный музыкально-педагогический институт им. С.В. Рахманинова, 392000, Россия, г. Тамбов, Советская, 87. E-mail: shelska@narod.ru.

Циленко Любовь Петровна, кандидат педагогических наук, доцент Московский политехнический университет, 107023, Россия, Москва, Большая Семеновская, 38. E-mail: tsilenko.lp@yandex.ru.

Тишкина Ирина Александровна, кандидат педагогических наук, доцент, Тамбовский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 392008, Россия, г. Тамбов, Моршанское шоссе, 14а, к. 219. E-mail: tsilenko.lp@yandex.ru.

Болтнева Наталия Алексеевна, кандидат филологических наук, доцент, Тамбовский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 392008, Россия, г. Тамбов, Моршанское шоссе, 14а, к. 219. E-mail: alla-050174@yandex.ru.

Направленный ассоциативный эксперимент при определении особенностей образа мужчины в сознании молодежи

Аннотация. Данная статья посвящена анализу особенностей концептуального содержания гендерного стереотипа и гендерного представления о характере мужчин у молодежи. Исследование данных, полученных в ходе ассоциативного эксперимента, доказывает наличие расхождения между указанными когнитивными конструктами. Исходя из существования в составе гендерного представления противоположных признаков, большого количества признаков с низкой процентной репрезентативностью, а также появления новых, не наблюдающихся у стереотипа, авторы приходят к выводу о «размытом» образе современного мужчины в восприятии молодежи.

Ключевые слова: когниция, концепт, гендерный стереотип, гендерное представление, ассоциативный эксперимент, маскулинность, феминность.

Shipovskaya A.A., Tsilenko L.P., Tishkina I.A., Boltneva N.A.

Shipovskaya Anna Anatolyevna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Tambov State Music and Pedagogical Institute named after S.V. Rachmaninov, 392000, Russia, Tambov, Tambov Sovetskaya, 87. E-mail: shelska@narod.ru.

Tsilenko Lyubov Petrovna, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Moscow Polytechnic University, 107023, Russia, Moscow, Bolshaya Semyonovskaya str., 38. E-mail: tsilenko.lp@yandex.ru.

Tishkina Irina Aleksandrovna, Candidate of Pedagogical Sciences, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Branch) in Tambov, 392008, Russia, Tambov, Morshanskoye Highway 14a, building 219. E-mail: tishkinyii@mail.ru.

Boltneva Nataliya Alekseevna, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (Branch) in Tambov, 392008, Russia, Tambov, Morshanskoye Highway 14a, building 219. E-mail: alla-050174@yandex.ru.

Directed associative experiment in determining man image features in the worldview of today's youth

Abstract. The article is devoted to the content analysis of both the national gender stereotype and the social gender stereotype of men based on the associative experiments in young people. Much attention is given to differences between these cognitive constructs. The authors conclude that the existence of the opposite features in the social gender stereotype, the large number of characteristics with low percentage representativeness and the presence of new non similar features, in comparison with the national gender stereotype, prove the conceptual image of modern men to be fuzzy in the young people worldview.

Key words: cognition, concept, national gender stereotype, social gender stereotype, associative experiment, masculinity, femininity.

Вслед за экономическими и социальными трансформациями повлекшими за собой переосмысление места женщины в обществе за последние несколько десятилетий в отечественной лингвистике возрос интерес к проблеме гендерных стереотипов. В рамках данной статьи мы предлагаем сосредоточиться отдельно на проблеме маскулинности и тем, как изменения в обществе повлияли на культурный образ современного мужчины.

Важно отметить, что в когнитивной лингвистике маскулинность преимущественно изучается в связи с феминностью, а в качестве материала исследования используются в основном произведения устных и письменных жанров с многовековой историей, например, пословицы, поговорки. Выделенные в ходе исследований концептуальные признаки, таким образом, соотносятся с вековым историческим пластом и, возможно, не составляют в полной мере содержание современных концептов.

Новизна данного исследования, таким образом, состоит в изучении отношений между устоявшимся в национальной культуре знанием (стереотипом) и гендерным представлением отдельно взятой социальной группы при помощи направленного ассоциативного эксперимента.

Целью статьи является выявить расхождение в содержаниях гендерного стереотипа и гендерного представления на примере восприятия характера мужчин представителями молодежной культуры.

Реализацию цели мы предлагаем выполнить посредством решения ряда задач, а именно:

- обобщить уже имеющийся опыт исследования гендера и суммировать признаки входящие в содержание стереотипа «мужской характер»;

- экспериментальным путем выявить какие признаки стереотипа осознаются участниками эксперимента;

- также в ходе эксперимента раскрыть, что в представлении о мужском характере вкладывают респонденты лично;

- сравнить полученные данные.

Актуальность исследования продиктована насущными потребностями в понимании изменений, которые происходят в общественном сознании в настоящее время.

Практическая значимость подобного исследования видится в возможности использования полученных результатов для повышения эффективности кампаний рекламного и социального характера.

Основным методом исследования является экспериментальный, а именно метод направленного ассоциативного эксперимента.

Как отмечает И. А. Стернин, данный метод позволяет реконструировать различные связи языковых единиц в сознании и выявить характер их взаимодействия в различных процессах понимания, хранения и порождения речевых произведений [13].

Ассоциация представляет собой связь между психическими явлениями, при кото-

рых актуализация (восприятие, представление) одного из них влечет за собой появление в сознании другого. Изучая ассоциации, мы обращаемся к неосознаваемому, глубинному слою психики человека [Там же].

Существование множества видов ассоциаций, которые отражают процессы, происходящие в глубинных слоях человеческой психики [9], позволило использовать ассоциативный эксперимент для изучения концептов, т.е. смыслов связанных со словом в сознании человека.

Направляя поток мысли респондентов в определенное русло, мы получаем возможность задействовать большее количество ассоциаций, раскрывая, таким образом, различные концептуальные связи.

Эксперимент, данные которого легли в основу исследования, проводился в письменной форме. В процессе нами были опрошены юноши и девушки в возрасте 18-19 лет, общее количество которых составило 175 человек.

Во время процедуры участникам были объяснены общие цели, требования и правила эксперимента.

Мы предложили респондентам анкету из двух пунктов. В первом пункте от респондента требовалось назвать качества характера мужчины, традиционно приписываемые ему обществом. Во втором – озвучить ассоциации, возникающие на стимул «характер мужчины» опираясь на собственный опыт.

Прежде чем перейти непосредственно к описанию результатов эксперимента, мы предлагаем остановиться на основных терминах составляющих понятийный аппарат данной работы и коснуться теоретической базы исследования.

Мы солидарны с Л. В. Бабиной убедительно доказавшей, что «концепты не являются застывшими сущностями, ... они развиваются, расширяясь, сливаясь, разбиваясь на части. Зачастую их изменение приводит к порождению новых концептов, то есть, они не только трансформируются сами, но и влияют на трансформацию других концептов» [1, с. 53].

В нашем исследовании мы пользуемся термином «стереотип», понимая под

ним разновидность концепта, относительно признаков которого солидарно большинство носителей культуры [14].

Анализ письменных источников по гендерным стереотипам из областей социологии, психологии, лингвистики и лингвокультурологии позволил обнаружить единодушие в отношении того, какие признаки в Российской культуре традиционно считают присущими характеру мужчин.

Так, сложившемуся стереотипу маскулинности приписываются предприимчивость, решительность, смелость, настойчивость в достижении цели, самоконтроль, уверенность в своих силах, желание доминировать над женщинами и другими мужчинами, уважение физической силы, эмоциональную «толстокожесть», склонность к насилию, высокую соревновательность, грубость, низкую тревожность [2, 3, 5, 7, 8, 10, 11, 12].

С другой стороны в связи с бурным развитием технологий, общественными изменениями происходит переосмысление гендерных образов в различных социумах, принадлежащих к одной культуре. Пласт признаков, отражающих личное восприятие участников эксперимента о типичном в характере мужчин, обозначим как гендерное представление.

При проведении исследования мы опирались на выводы ученых, раскрывших ряд когнитивных механизмов категоризации, а именно теории прототипов Э. Рош, Д. А. Круз, концепцию фамильного сходства Л. Виттгенштейна [15, 16, 17].

Чрезвычайно важным в наших изысканиях является положение о том, что концептуальные признаки обладают разной значимостью в категории. Центральные признаки быстрее опознаются, чаще упоминаются. Соответственно, чем «дальше от центра» тем значимость признака для общества снижается [15, 16, 17].

Учитывая взаимосвязь концепта и слова, логично предположить, что полученные в ходе эксперимента вербальные реакции, позволяют раскрыть центральные и второстепенные признаки стереотипа «мужской характер» и одноименного гендерного представления.

Представленное практическое исследование выявило, что гендерный стереотип «мужчина», присущий национальной культуре, отличается от гендерного представления тех же самых людей, принадлежащей группе молодежи 17-19 лет.

Для наглядности результаты анализа данных опроса отражены на рисунках 1 и 2.

На диаграмме рисунка 1 демонстрируется процентное соотношение между десятью наиболее упоминаемыми признаками гендерного стереотипа «характер мужчин».

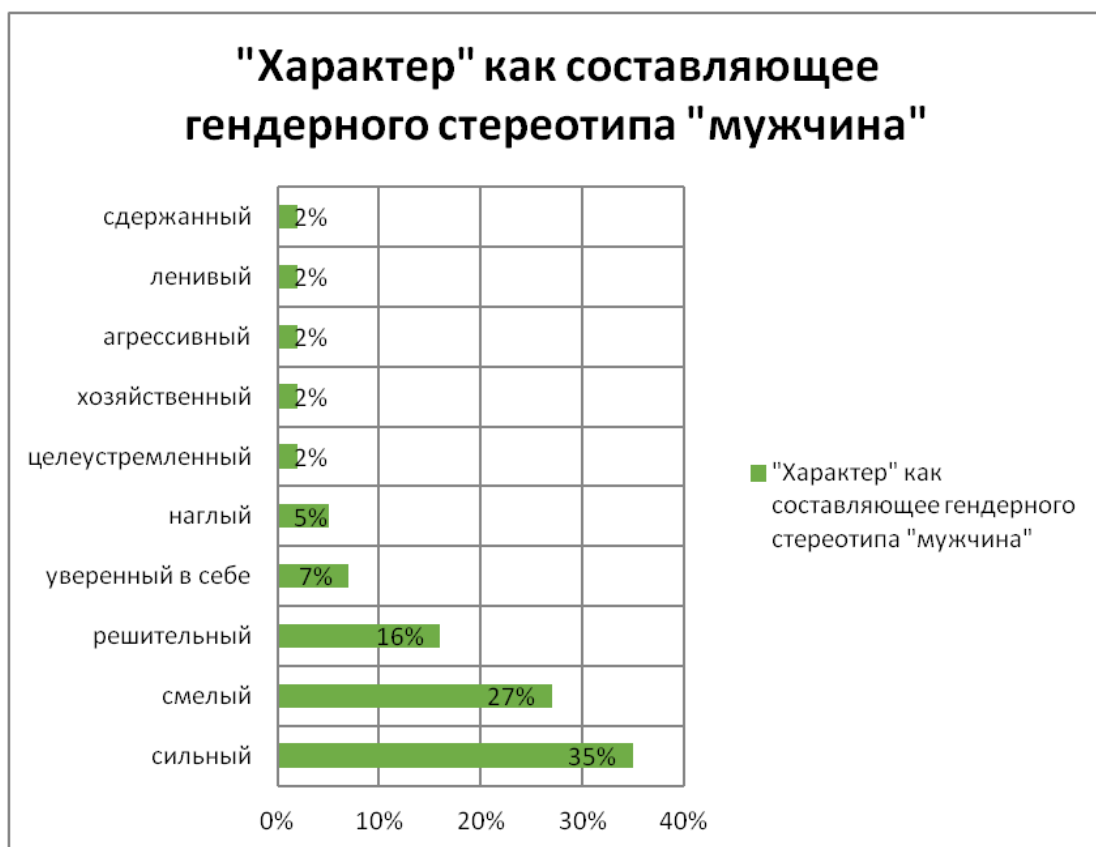


Рисунок 1. Диаграмма наиболее упоминаемых признаков гендерного стереотипа «характер мужчин»

Из проведенного нами эксперимента видно, что юноши и девушки одинаково склоняются к тому, что основная черта характера мужчины – это сила (варианты ответов: *сильный, сильнее женщин*). В сумме данный признак набрал 35% от общего числа ответов. Далее, на следующую ступень следует отнести смелость 27% (ответы респондентов: *смелый, храбрый*). В связи с частотностью референции отдельно следует выделить признак «решительность» 16% (ответы: *решительный, предприимчивый, сказал - сделал*).

В отношении других признаков (уверенность в себе, наглость, целеустремленность, хозяйственность, агрессивность, лень, сдержанность) респонденты проявили меньшую солидарность. Важно

отметить, что на каждый из других признаков приходится от 2% до 7%.

Если мы сравним концептуальные признаки, входящие в стереотип «мужской характер», раскрытые нами при анализе высказываний респондентов, с признаками выделенными учеными в результате исследования других источников, то заметим очевидное сходство. Данный фактор, подтверждает распознаваемость стереотипа участниками эксперимента.

Важно отметить, что проведенное исследование показало, гендерный стереотип «мужской характер» отличается от одноименного гендерного представления.

На рисунке 2 представлены результаты анализа гендерного представления.

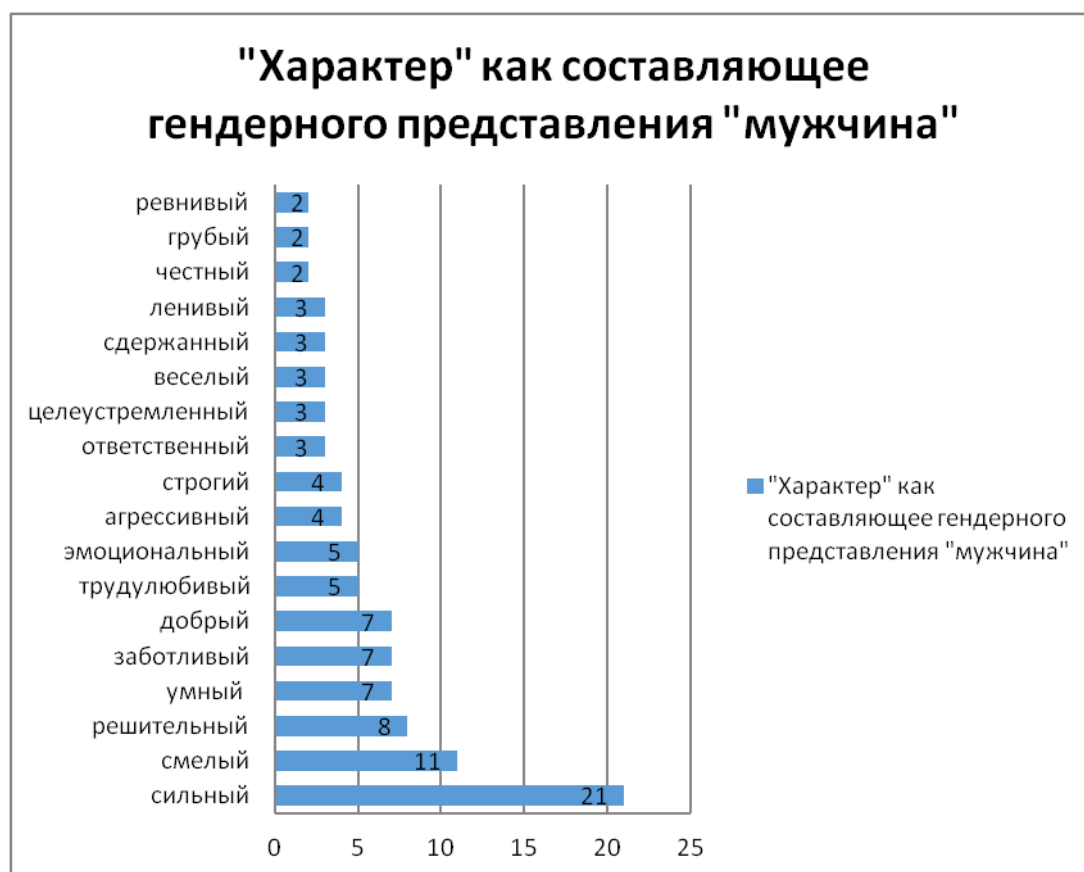


Рисунок 2. Гистограмма результатов гендерного представления «характер мужчины»

Согласно полученным данным, по сравнению со стереотипом «характер мужчин», содержащим десять признаков, на три из которых приходится 78%, гендерное представление о характере мужчин представляет собой еще более пеструю картину. Во-первых, определенную солидарность фокус-группа проявила в отношении признака «сильный» 21% (ответы: *сильный*). В отношении других признаков мнения участников эксперимента гораздо вариативней: при большем диапазоне признаков (восемнадцать), солидарность во мнении не поднимается выше 11%.

Если сравнить процентное соотношение данных признаков в содержании гендерного стереотипа и гендерного представления, становится очевидна тенденция к снижению их интенсивности: сильный - 21% (ответы: *сильный*), смелый 11% (варианты ответов: *смелый*, *храбрый*), решительный 8% (ответы: *решительный*).

Во-вторых, важно отметить, что в гендерном представлении «характер мужчин» содержатся признаки, которых нет в одноименном гендерном стереотипе: трудолюбивый, заботливый, эмоциональный, добрый.

В-третьих, в отличие от стереотипа гендерное представление о характере мужчин содержит противоположные признаки, например, «эмоциональный» – «сдержанный», «агрессивный» – «добрый», «веселый» – «строгий».

Основываясь на качестве и процентном соотношении признаков, можно заключить, что образ мужчины присущий гендерному представлению характеризуется размытостью.

Мы полагаем, что причиной этому может послужить то, что жизнь современной молодежи намного многообразнее уклада их родителей, и предоставляет больше возможностей для самореализации в самых различных областях.

Например, в то время как женщины осваивают мужские профессии, мужчины

осваивают традиционно женские сферы занятости. В настоящее время нормой становится мужчина-кассир, мужчина-воспитатель в детском саду, мастер по маникюру.

Исследуя поведенческие паттерны сегодняшней семьи С. А. Ильиных, приходит к мнению о возникновении феномена «нового мужчины», который способен проявить заботу о детях, выстроить с ними дружеские доверительные отношения, проявлять искреннее любопытство и заинтересованность их делами в отличие от отцов прошлого отдающих внутрисемейные дела на откуп матерям [6, 7].

Социологи также заметили тенденцию повышения интереса мужчин к здоровому питанию, спорту и уходу за собой в последние десятилетия [4].

В связи с этими факторами наблюдаемая на уровне гендерного представления некая «размытость» образа мужчины обусловлена, как нам кажется, естественными процессами, происходящими в современном социуме, который предоставляет широкий простор для выбора вариантов поведения: мужчине можно без осуждения общества заниматься хозяйством и детьми и сидеть дома, делать карьеру, или же отказаться от таковых и посвятить все свое время хобби.

Суммируя полученные наблюдения, следует отметить, что массовый ассоциа-

тивный эксперимент показал, что убеждение относительно характера мужчин входящее в гендерный стереотип, отличается от гендерного представления.

Для стереотипа характерен образ мужчины с такими признаками, как сильный, смелый, решительный, уверенный в себе, наглый, целеустремленный, хозяйственный, агрессивный, ленивый, сдержанный. Несмотря на то, что три наиболее упоминаемых характеристики (сильный, смелый, решительный) также нашли отражение в гендерном представлении о характере мужчины, появившиеся новые признаки, плюс наличие противоположных признаков составе гендерного представления, а также различия в процентном соотношении не позволяют поставить между ними знак равенства. Это образ с менее выраженными традиционно маскулинными признаками, менее жесткий, менее хладнокровный, более эмоциональный.

Учитывая ограниченность гендерного представления рамками отдельных социальных групп, его невозможно приравнять к гендерному стереотипу. Однако с течением времени и популяризации той или иной идеи гендерное представление, мы полагаем, может стать частью национальной культуры и перерасти в гендерный стереотип.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабина, Л. В. Когнитивные основы вторичных явлений в языке и речи: Монография / Л.В. Бабина. Тамбов Москва: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2003. 264 с.
2. Берн Ш. Гендерная психология. Законы мужского и женского поведения / Пер. с англ. СПб., 2007. Гл.1. С.18-60.
3. Воронцов Д. Гендерные исследования в социальной психологии: границы поля // Гендерные исследования. 2009. №19. С.174-175.
4. Зальцман М. Новый мужчина: маркетинг глазами женщин / М. Зальцман, А. Мататиа, Э. О'Райли. М.: ИД «Коммерсантъ»; СПб.: ИД «Питер», 2007. 352 с.
5. Здравомыслова Е., Тёмкина А. Категория власти в гендерных исследованиях // Гендер как инструмент познания и преобразования общества. Материалы Международной конференции «Гендерные исследования: люди и темы, которые объединяют сообщество», Москва, 4-5 апреля 2005 г. / Ред.-сост. Е. А. Баллаева, О. А. Воронина, Л. Г. Луныкова. М., 2006. С.109-110.
6. Ильиных С. А. Множественная маскулинность // Социологические исследования. 2011. №7. С. 101-109.

7. Ильиных С.А. Феномен «Нового мужчины» или снова о гендере // Вестник БГУ. 2012. №14. С. 93-97.
8. Кирилина А.В. Гендерные стереотипы в языке // Словарь гендерных терминов. М.: Информационная XXI век, 2002. С. 66-67.
9. Крушевский Н.В. Очерк науки о языке // Изв. и учен. зап. Импер. Казан. ун-та. : Казань, 1883. Т. XIX. 148 с.
10. Морозова И. А. Концепты «Мужчина» и «Женщина» как отражение гендерных стереотипов в русской лингвокультуре // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика, 2010. №21 (197). С.94-97.
11. Простотина Ю.В. Гендерные стереотипы: формирование и детерминанты. // Социодинамика. 2017. № 3. С. 1 - 9.
12. Рябова Т. Б. Гендерные стереотипы и гендерная стереотипизация: методологические подходы // Женщина в российском обществе. 2001. №3-4. С. 3-12.
13. Стернин И. А. Методика исследования структуры концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. Воронеж: Воронежский гос. ун-т, 2001. С. 58-65.
14. Ashmore R. D., Del Boca F. K., Wohlers A. J. Gender Stereotypes // The Social Psychology of Female-Male Relations: A Critical Analysis of Central Concepts/ed. By R.D. Ashmore, F.K. Del Boca. N. Y., 1986. 120 pp.
15. Cruse D. A. Prototype theory and lexical semantics // Meanings and prototypes: studies in linguistic categorization. / ed. by S. Tsohatzidis. L., 1990. P. 382-402.
16. Rosch E. Natural categories // Cognitive Psychology. Elsevier, 1973. V. 7. P. 328-350.
17. Wittgenstein L. Philosophical investigations. Oxford: Basil Blackwell, 1958. 322 p.

REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Babina, L. V. Kognitivnye osnovy vtorichnyh javlenij v jazyke i rechi: Monografija / L.V. Babina. Tambov Moskva: Izd-vo TGU im. G.R. Derzhavina, 2003. 264 s.
2. Bern Sh. Gendernaja psihologija. Zakony muzhskogo i zhenskogo povedenija / Per. s angl. SPb., 2007. Gl.1. S.18-60.
3. Voroncov D. Gendernye issledovanija v social'noj psihologii: granicy polja // Gendernye issledovanija. 2009. №19. S.174-175.
4. Zal'cman M. Novyj muzhchina: marketing glazami zhenshhin / M. Zal'cman, A. Matatia, Je. O'Rajli. M.: ID «Kommersant#»; SPb.: ID «Piter», 2007. 352 s.
5. Zdravomyslova E., Tjomkina A. Kategorija vlasti v gendernyh issledovanijah // Gender kak instrument poznanija i preobrazovanija obshhestva. Materialy Mezhdunarodnoj konferencii «Gendernye issledovanija: ljudi i temy, kotorye ob#edinajut soobshhestvo», Moskva, 4-5 aprlja 2005 g. / Red.-sost. E. A. Ballaeva, O. A. Voronina, L. G. Lunjakova. M., 2006. S.109-110.
6. Il'inyh S. A. Mnozhestvennaja maskulinnost' // Sociologicheskie issledovanija. 2011. №7. S. 101-109.
7. Il'inyh S.A. Fenomen «Novogo muzhchiny» ili snova o gendere // Vestnik BGU. 2012. №14. S. 93-97.
8. Kirilina A.V. Gendernye stereotipy v jazyke // Slovar' gendernyh terminov. M.: Informacija XXI vek, 2002. S. 66-67.
9. Krushevskij N.V. Oчерk nauki o jazyke // Izv. i uchen. zap. Imp. Kazan. un-ta. : Kazan', 1883. T. XIX. 148 s.
10. Morozova I. A. Koncepty «Muzhchina» i «Zhenshhina» kak otrazhenie tendernyh stereotipov v russkoj lingvokul'ture // Vestnik JuUrGU. Serija: Lingvistika, 2010. №21 (197). S.94-97.
11. Prostotina Ju.V. Gendernye stereotipy: formirovanie i determinanty. // Sociodinamika. 2017. № 3. S. 1 - 9.
12. Rjabova T. B. Gendernye stereotipy i gendernaja stereotipizacija: metodologicheskie podhody // Zhenshhina v rossijskom obshhestve. 2001. №3-4. S. 3-12.
13. Sternin I. A. Metodika issledovanija struktury koncepta // Metodologicheskie problemy kognitivnoj lingvistiki. Voronezh: Voronezhskij gos. un-t, 2001. S. 58-65.

-
14. Ashmore R. D., Del Boca F. K., Wohlers A. J. Gender Stereotypes // The Social Psychology of Female-Male Relations: A Critical Analysis of Central Concepts/ed. By R.D. Ashmore, F.K. Del Boca. N. Y., 1986. 120 pp.
 15. Cruse D. A. Prototype theory and lexical semantics // Meanings and prototypes: studies in linguistic categorization. / ed. by S. Tsohatzidis. L., 1990. P. 382-402.
 16. Rosch E. Natural categories // Cognitive Psychology. Elsevier, 1973. V. 7. P. 328-350.
 17. Wittgenstein L. Philosophical investigations. Oxford: Basil Blackwell, 1958. 322 p.

Поступила в редакцию 12.04.2020.

Принята к публикации 17.04.2020.

Для цитирования:

Направленный ассоциативный эксперимент при определении особенностей образа мужчины в сознании молодежи / Шиповская А.А., Циленко Л.П., Тишкина И.А., Болтнева Н.А. // Гуманитарный научный вестник. 2020. №3. С. 197-204. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/2020/03/Shipovskaya.pdf>