

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
факультет соціології
кафедра теорії та історії соціології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:
**ГЕНДЕРНІ СЕРЕОТИПИ У СТРУКТУРІ МОВНОЇ
СВІДОМОСТІ СТУДЕНТСТВА (НА ПРИКЛАДІ ІНСТИТУТУ
ФІЛОЛОГІЇ КНУ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА)**

Галузь знань: 054 «Соціологія»
Освітня програма: «Соціологія»
Освітній ступінь: бакалавр
Кваліфікація: бакалавр соціології

Виконавець:
Киричук Діана Михайлівна,
студентка 4 курсу

Науковий керівник:
Судаков Володимир Іванович,
доктор соціологічних наук,
професор

Бакалаврська робота допущена до захисту
рішенням кафедри *теорії та історії соціології*
Протокол № _____ від «__» _____ 2020 р.
В.о. зав. кафедри _____ доц. Малес Л.В.

Київ 2020

Реєстрація

номер

дата

підпис лаборанта кафедри**Рекомендовано
до захисту**

підпис наукового керівника

ініціали, прізвище наукового керівника**Результат захисту**

оцінка

дата захисту**Голова ЕК**

підпис

ініціали, прізвище**Члени ЕК**

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище

підпис

ініціали, прізвище**Секретар ЕК**

підпис

ініціали, прізвище

ЗМІСТ

ЗМІСТ	3
ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ В СОЦІОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ НАУКАХ.....	9
1.1. Гендерні стереотипи: поняття, різновиди та функції.	9
1.2. Стереотип як соціальний феномен.....	14
РОЗДІЛ 2 ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ У ВИМІРІ МОВНОЇ СВІДОМОСТІ..	17
2.1. Процес асоціювання та мовна свідомість.....	17
2.2. Асоціативний експеримент як метод дослідження характерних стереотипів мислення.	20
РОЗДІЛ 3 СТРАТЕГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ СТУДЕНТІВ ІНСТИТУТУ ФІЛОЛОГІЇ КНУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА.	27
3.1. Загальний асоціативний портрет чоловіка, укр.чоловіка, чоловіка одруженого, батька, сина, брата; жінки, української жінки, дружини, матері, сестри, доньки.	30
3.1.1. Мікроконцепт «Суб’єктна номінація».....	30
3.1.2. Мікроконцепт «Характеристика зовнішності».....	33
3.1.3. Мікроконцепт «Фізичні характеристики».....	35
3.1.4. Мікроконцепт «Біологічні характеристики»	37
3.1.5. Мікроконцепт «Внутрішні характеристики людини»	37
3.1.6. Мікроконцепт «Соціальні характеристики людини».....	39
3.2.7. Мікроконцепт «Оцінно-характеристичні ознаки»	40
3.2.8. Образна структура лексем (перцептивні образи).	42

3.2. Структура та динаміка асоціативних полів лексем <i>чоловік, жінка</i> (порівняння із асоціативним експериментом І.Г.Заєць, 2009).	43
ВИСНОВКИ.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	52
ДОДАТКИ.....	57

ВСТУП

Актуальність теми. Дослідження гендерних стереотипів є надзвичайно актуальними в сучасному суспільстві, адже сьогодні існують численні стереотипи з приводу того, як повинні себе поводити представники тієї чи іншої статі, проте суспільні очікування не рідко відрізняються від самоідентифікації людей, особливо тепер, коли гендерні рамки розширюються.

Відповідно до вимог ст. 17 Закону України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» в Україні жінкам і чоловікам мають забезпечуватися рівні права та можливості в працевлаштуванні, просуванні по роботі, підвищенні кваліфікації та перепідготовці. При цьому роботодавець зобов'язаний: створювати умови праці, які дозволяли б жінкам і чоловікам здійснювати трудову діяльність на рівній основі; забезпечувати жінкам і чоловікам можливість суміщати трудову діяльність із сімейними обов'язками; здійснювати рівну оплату праці жінок і чоловіків за однакової кваліфікації та однакових умовах праці тощо [Закон України, 2005]. Це формально корелюється із міжнародними підходами щодо гендерної рівності. Зокрема, уперше про рівність оплати праці зазначено в Римській угоді від 25 березня 1957 р., де в ст. 119 закріплено принцип, згідно з яким чоловіки та жінки мають отримувати однакову плату за однакову роботу [The Treaty of Rome, 1957]. Заборона дискримінації за ознакою статі також була закріплена й в Законі про рівну оплату 1963 р. [The Equal Pay Act, 1963], який забороняв виплачувати різні зарплати чоловікам і жінкам, якщо вони виконують однакову роботу на одному робочому місці. Подібне було закріплено також у багатьох інших подальших нормативних документах.

Однак у практиках повсякденного життя людей питання гендерної рівності є і досі актуальним. Так, наприклад, жінки все ще мають значно нижчу частку доходу на ринку праці, ніж чоловіки [Strategic engagement for gender equality, 2016-2018: p.8].

Гендерні стереотипи є однією із причин нерівності чоловіків та жінок. Частіше за все ми стикаємося із певними гендерними стереотипами, тобто упередженими ідеями, згідно з якими жінки та чоловіки довільно визначаються характеристиками і ролями, що встановлюються й обмежуються їхньою статтю. При цьому гендерні стереотипи можуть обмежувати розвиток природних талантів і здібностей дівчат та хлопчиків, жінок та чоловіків, а також їхній освітній та професійний досвід і життєвий потенціал у цілому [Gender stereotypes, 2017].

Саме тому, надзвичайно важливим є розуміння сутності та різноманітних соціальних проявів гендерних стереотипів в сучасному суспільстві як для науковців, так і для людей в цілому.

Слід зазначити, що в новітній соціології, якій притаманна складна мультипарадигмальна та мультирівнева структура, феномен гендерного стереотипу ще отримав належного концептуального осмислення. Так в об'єктивістських соціологічних теоріях гендерні стереотипи загалом характеризуються як усталені когнітивні та поведінкові моделі ставлення та сприйняття соціальних нерівностей між чоловіками та жінками, які обумовлені цілком різними можливостями виконання ними певних соціальних ролей і які тим чи іншим чином регулюються певною нормативною системою з боку різних соціальних інститутів. В суб'єктивістських соціологічних теоріях гендерні стереотипи інтерпретуються як закономірні суперечливі наслідки процесів типізації соціальних дій індивідів, їх габітуалізації, інституціоналізації та реїфікації (уречевлення) у певному соціальному середовищі.

Враховуючи зазначену обставину різного концептуального тлумачення феноменальних характеристик гендерних стереотипів, необхідно підкреслити, що важливою **науковою проблемою** новітньої соціологічної науки є виокремлення та дослідження специфічних соціальних контекстів суспільного життя – популяційного, родинного, групового, системного,

мовного, подієвого та ін., у яких гендерні стереотипи є певними атрибутивними функціональними елементами.

У даній роботі головна увага зосереджена на виокремленні мовного соціального контексту та дослідженні гендерних стереотипів у структурі мовної свідомості студентів Інституту філології КНУ імені Тараса Шевченка. Зокрема, особлива увага приділена вивченню процесів формування асоціативних портретів чоловіка, українського чоловіка, чоловіка одруженого, батька, сина, брата; жінки, української жінки, дружини, матері, сестри, доньки.

Метою дослідження є виявлення та характеристика гендерних стереотипів у структурі мовної свідомості студентів Інституту філології КНУ імені Тараса Шевченка.

Об'єкт дослідження : гендерні стереотипи та їх суспільні прояви.

Предмет дослідження : гендерні стереотипи у структурі мовної свідомості студентів Інституту філології КНУ імені Тараса Шевченка.

Методи дослідження. В роботі використані загальнонаукові методи – індукція, дедукція, аналіз, синтез, порівняння, типологізація, а також спеціалізовані методи збору, аналізу, інтерпретації соціологічної інформації та соціального експерименту.

Для досягнення поставленої мети були поставлені такі **завдання**:

1. Здійснити соціологічну концептуалізацію понять «гендерні стереотипи» та «мовна свідомість».

2. Виявити гендерні стереотипи у структурі мовної свідомості студентів Інституту філології КНУ імені Тараса Шевченка.

3. Сформувані загальний асоціативний портрет образів *чоловіка (мужчини), українського чоловіка, чоловіка (одруженого), батька, сина, брата; жінки, української жінки, дружини, матері, сестри, доньки.*

4. Порівняти отримані дані із даними асоціативного експерименту.

Гіпотези дослідження :

1. У структурі мовної свідомості студентів переважають стереотипи поєднання сімейних ролей відповідно до статі та гендерні стереотипи зовнішності.
2. У структурі мовної свідомості студентів відсутні стереотипи професійної діяльності чоловіків і жінок.
3. Структура асоціативних полів лексем *чоловік* та *жінка* не змінилася в порівнянні з асоціативним експериментом.

Наукова новизна одержаних результатів загалом обумовлена характером поставлених завдань та емпіричним характером висновків, зміст яких є підтвердженням або спростування висунутих гіпотез.

Теоретичне та практичне значення роботи. Дана робота може бути використана з метою подальшого розвитку наукових програм інноваційних соціологічних досліджень суспільного життя. Положення роботи можуть мати практичне застосування при вирішенні вдосконалення змісту освітньої програми навчальної дисципліни «Гендерні студії» для студентів соціологічних спеціальностей.

Структура роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел із 48 найменувань, а також трьох додатків.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ В СОЦІОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ НАУКАХ

1.1. Гендерні стереотипи: поняття, різновиди та функції.

Гендерні стереотипи та пов'язані з їхнім впливом проблеми дисгармонійності гендерного розвитку особистості досліджувалися багатьма вченими: Ю.Є. Альошіною, С.Л. Бем, М. Вудман, Н. Гавріковою, О.А. Гаврилицею, К. Гілліган, П.П. Горностаєм, А.І. Захаровим, Д.Н. Ісаєвим, О.Г. Лопуховою, К.Каміллері, М. Кімелом, О. Кісь, І.С. Клеціною, Р.М. Коннелл, М. Кляйн, І.С. Коном, В.В. Москаленко, Д. Невілом, Л.М. Ожиговою, Д. Пайнз, Л.В. Поповою, Г. Хофстедом.

Вітчизняні дослідники також активно працюють над визначенням поняття стереотипу. Так, Оксамитна С.М. зазначає, що стереотип загалом визначається як судження, відображене у загострено спрощеній й узагальненій формі, яке носить емоційний характер та приписує визначеному класу осіб деякі властивості чи, навпаки, відмовляє їм у цих властивостях. Стереотипи також розглядаються як особливі форми обробки інформації, що полегшують орієнтацію людини у світі [Оксамитна, 2004: с. 157-181].

Щодо гендерного стереотипу – Мартинюк А.П визначає його як «історично зумовлене, мінімізоване, типізоване й структуризоване у вигляді фрейму в колективній свідомості певного лінгвокультурного соціуму уявлення про фізіологічні, емотивні, психічні, психологічні та соціокультурні атрибути, що є властивими/ невластивими індивіду, якого соціум категоризує як чоловіка або жінку, а еталон – як уявлення про атрибути, що є бажаними/небажаними для цього індивіда» [Мартинюк, 2004: с.11].

Гендерні стереотипи в дослідженнях Говорун Т.В. визначаються як різновид соціальних стереотипів, як детерміновані культурою спрощені,

стійкі, емоційно пофарбовані образи поведінки, риси характеру чоловіків і жінок, які значно впливають на формування гендерно-рольового репертуару особистості та її поведінку [Говорун, 2004].

Дослідниця Ставицька Л.О. пов'язує появу гендерних стереотипів з тим, що модель гендерних стосунків вибудовувалась у спосіб, згідно з яким статевої відмінності розташовувались над індивідуальними, якісними відмінностями особистості чоловіка та жінки. Вона визначає гендерні стереотипи як часткові випадки стереотипу, культурно й соціально зумовлені й закріплені думки про атрибути та норми поведінки представників обох статей і їх відтворення в мові [Ставицька, 2015].

Українські дослідники Ткалич М.Г та Зінченко Т.П. [Ткалич, Зінченко, 2013] на основі власного аналізу виділяють наступні групи існуючих гендерних стереотипів: стереотипи маскулінності-фемінності, стереотипи професійної діяльності чоловіків і жінок, стереотипи поєднання сімейних і професійних ролей відповідно до статі, гендерні стереотипи зовнішності:

1. Стереотипи маскулінності-фемінності є нормативними уявленнями про соматичні, психічні, поведінкові властивості, які характерні для чоловіків і жінок. В наявних стереотипах чоловіки компетентні, домінантні, агресивні, самовпевнені, схильні міркувати логічно, здатні керувати своїми почуттями. Жінки більш пасивні, залежні, емоційні, турботливі і ніжні [Ткалич, 2001].

Дослідження І.С.Кльоциної показують, що у стереотипному уявленні маскулінності фіксуються “активно-творчі” характеристики, інструментальні риси особистості, такі як активність, домінантність, впевненість у собі, агресивність, логічне мислення, здатність до лідерства. Фемінність, навпаки, характеризується як пасивно-відтворюючий початок, що проявляється в експресивних особистісних характеристиках (залежність, піклування, тривожність, низька самооцінка, емоційність) [Кльосцина, 2004]. Маскулінні характеристики зазвичай протиставляються фемінним.

2. Стереотипи професійної діяльності чоловіків і жінок: традиційною для жінок вважається діяльність обслуговуюча, виконавська; для чоловіків характерна діяльність інструментальна, творча, організаторська, керівна [Ткалич, Зінченко, 2004].

Проте ми бачимо, що на даний час у світі цей стереотип поступово нівелюється: жінки поступово все більше обіймають керівні посади та займаються діяльністю, яка стереотипно вважалася «чоловічою». Але незважаючи на це, сьогодні більша частина найбільш престижних професій в нашому суспільстві зайнята чоловіками, жінки дуже слабо представлені в уряді і на високих постах у великих організаціях [Саєнко, 2011]. Тут Ткалич М.Г та Зінченко Т.П додають, що на шляху жінок до традиційно «чоловічих» високих за статусом і високооплачуваних робіт існує безліч бар'єрів, таких, як завищені, несуттєві для професійної діяльності вимоги до кандидатів, сексуальні переслідування на робочому місці, професійна дискримінація та прийняті в суспільстві стевотипові норми поведінки [Ткалич, Зінченко, 2004]. Як зазначає С.М. Оксамитна, жінки рідше отримують призначення, що сприяють швидкому просуванню службовими сходами, ніж чоловіки. Загальноприйняті стереотипи, які стверджують, що жінки – погані лідери, частково відповідальні за існування «скляної стелі» [Оксамитна, 2004: с.157-181]. Також проведений у ряді досліджень [Оксамитна, 2004: с.157-181] аналіз можливих причин розриву в оплаті праці чоловіків і жінок також пояснюється дією гендерних стереотипів: жінки заробляють менше, оскільки зайняті на традиційних «жіночих» роботах, за які платять менше; жінки заробляють менше, оскільки стереотипно вони сприймаються як менш цінні працівники: спрацьовує принцип оцінки людського капіталу; жінки отримують менше, тому що вони очікують отримати менше: проблема пророцтв, які самореалізуються.

3. Стереотипи поєднання сімейних і професійних ролей відповідно до статі. Сутність стереотипів цієї групи відображає уявлення про розподіл

ролей згідно статі: для чоловіків головні ролі – професійні, для жінок – сімейні. «Нормальний» чоловік прагне до побудови кар'єри, професійного успіху; «нормальна» жінка хоче вийти заміж і мати дітей, господарювати.

Отже, окрім власне професійного рівня та навичок, на професійну кар'єру жінок впливають наступні чинники: сімейний статус, наявність дітей, необхідність сумісництва та ін. Обов'язки по відношенню до родини часто є перешкодою для просування жінок по службі, так як через ці обов'язки вони не завжди можуть дозволити собі працювати позаурочні години і їздити у відрядження. Однією з важливих особливостей професійної діяльності жінок також є те, що жінки мають необхідність працювати ще й вдома. Тобто домашня праця – це своєрідна «друга зміна», яка не оплачується, на яку потрібно витратити час, та яка рідко заслуговує на подяку, оскільки норми сформовані щодо жіночої ролі передбачають виконання більшості домашніх обов'язків саме жінкою.

4. Стереотипи зовнішності чоловіків і жінок стосуються нормативних приписів щодо зовнішнього вигляду за гендерною ознакою та критеріїв привабливості.

Слід відзначити компоненти, які властиві стереотипам зовнішності чоловіків: 1) тіло: високий зріст, великий розмір частин тіла, розвинена мускулатура, широка грудна клітка й плечі, вузький таз (форма тіла – перевернути трикутник); 2) обличчя: масивна нижня щелепа, вольове підборіддя, густі брови, глибоко посаджені очі. В свою чергу виділяють компоненти, які властиві стереотипам зовнішності жінок: 1) тіло: привабливим вважається струнке тіло з плавними обрисами та добре вираженою талією (форма тіла – пісочний годинник); 2) обличчя: невеликі щелепи, тонкі й делікатні риси, великі очі з довгими віями, повні губи [Рамсі, 2009].

Як зазначає професорка Ставицька Л.О., загальна закономірність стереотипізації полягає в тому, що чоловіки сприймаються як владні, незалежні, агресивні, домінантні, активні, сміливі, неемоційні, грубі, прогресивні або мудрі. Про жінок, навпаки, говорять як про залежних, слабких, боязливих, емоційних, чуттєвих, ніжних, мрійливих та забобонних [Ставицька, 2015].

Згідно з її спостереженнями, чоловіки стереотипізуються такими характеристиками:

- цінність чоловіка визначається його заробітком та успішністю на роботі;
- чоловік повинен бути сильним;
- чоловіки є красномовними ораторами;
- чоловік повинен бути освіченим і компетентним фахівцем;
- чоловік повинен приховувати свої почуття і розв'язувати проблеми без сторонньої допомоги;
- уникати специфічно жіночих видів діяльності.

Основними гендерними стереотипами жінок є такі:

- головне призначення жінки – це родина, діти, а не кар'єра;
- жінка вважається успішною тільки тоді, коли виходить заміж;
- жінки менш цінні працівники, їм менше платять;
- жінки не такі гарні керівники, як чоловіки;
- жінки – погані оратори.

Щодо функцій стереотипів, зазвичай дослідники виділяють 2 головні – психологічну (економія зусиль із пізнання світу) та суспільну (захист широкої суспільної позиції).

Не можна не погодитися з думкою Є. Бартмінського з приводу функції стереотипу: «Основною є функція соціальної інтеграції. Це функція квазірелігійна, функція об'єднувача групи, яка реалізується спонтанно у

процесі засвоєння дитиною рідної мови, яка пізніше підсилюється за рахунок частіше свідомого (хоча буває, що воно й не усвідомлюється) прагнення до інтеграції із суспільством або якою-небудь соціальною групою» [Бартмінський, 2015: с. 141]. Заслужують на увагу застереження щодо негативної функції стереотипів: «Системи стереотипів дають людям відчуття безпеки та пристосованості до дійсності, вони слугують не меті пізнання істини інтелектуальним шляхом, а потребі полегшення й подовження життя, потребі успішної діяльності» [Бартмінський, 2015: с. 136]. «...гендерні стереотипи оцінюються в цілому негативно, як своєрідна хвороба мови й мислення, шкідлива для нормальної комунікації, така, що спотворює картину світу» [Бартмінський, 2015: с. 159].

За останні роки уявлення про чоловічі та жіночі статеві ролі зазнають критики. Існуючі стереотипи образів чоловіків і жінок діють як збільшувальне скло, і відмінності між ними підкреслюються більшою мірою, ніж вони є насправді.

1.2. Стереотип як соціальний феномен

У соціальних науках стереотип традиційно визначають як однобічний, перебільшений погляд, як правило, заснований на упередженнях, притаманний соціальній, етнічній групі або класу [Аберкромбі, 1999: с. 321–322]; як «жорстке, спрощене, часто перебільшене переконання, яке стосується і певної категорії людей, і кожного індивіда цієї категорії» [Джонсон, 2003: с. 261]. Подібне визначення соціального стереотипу спостерігаємо і в «Політичному словнику», де його трактують як схематизований, стандартизований, емоційно забарвлений образ чи уявлення про соціальні події або об'єкти, що відображає звичне ставлення людини до якогось явища, яке склалося під впливом соціальних умов або попереднього досвіду [Краткий политический словарь, 1987, с. 447].

Тобто стереотипи є соціальними феноменами. Це означає, всі соціальні страти, групи, інститути мають свої стереотипи. Таким чином, стереотипи

можна розглядати не лише з позиції чоловічої або жіночої свідомості, а і з позиції колективної свідомості.

Колективна свідомість за Е. Дюркгаймом — духовна єдність суспільства, яка не є простою сумою індивідуальних свідомостей, існує незалежно від них у вигляді соціальних факторів (звичаїв, моралі, права, традицій, знань і т. д.), що надає сильний вплив на індивідуальну свідомість. Колективна свідомість створює моральне суспільне середовище, що змушує людей приймати способи дії і мислення, поширені в даному суспільстві. Форми Колективної свідомості: колективні уявлення, колективні почуття [Дюркгейм (пер. з франц.), 2013].

Ставицька Л.О. зазначає, що і чоловіки, і жінки схильні виражати свою прихильність гендерним стереотипам на публіці, ніж серед близьких людей [Ставицька, 2015]. Це підтверджує актуальність суспільної функції стереотипу, тобто захисту широкій суспільній позиції, в даному випадку прийняття і відтворення схвалюваних даною суспільною групою гендерних стереотипів.

У колективній суспільній свідомості є стійким негативний гендерний стереотип жінки, що бере свій початок ще в античній філософії. Так, Аристотель визначав жінку як «безсилового чоловіка», Сократ говорив: можна вважати щастям, що ти народився чоловіком. У християнстві жінка – це джерело зла, корінь усіх гріхів, ворота, через які входить диявол. Оцінюваний порівняно з чоловіком стереотип жінки простежується у працях римського поета Ювенала, Ж.-Ж. Руссо, філософів А. Шопенгауера, К. Юнга, Ф. Ніцше, австрійського вченого О.Вейнінгера та ін. Стереотипізація не однакова в різних культурах. Психолог Ільїн Є.П. зазначає, що за даними психологічних експериментів, проведених в Америці на початку 90-х рр. ХХ ст., чоловікам приписується більша кількість слів-прикметників, ніж жінкам [Ільїн, 2003: с. 55], «у Нігерії слова зарозумілий, грубий, лінивий, галасливий були віднесені до жінок. У Японії хвальковитими, нестерпними і неорганізованими теж були жінки. В одних країнах (Германія, Малайзія)

диференціювання статей було яскраво вираженим, в інших (Індія, Шотландія) – слабо вираженим. У деяких країнах образ чоловіків більш негативний» [Льїн, 2003: с. 55-56].

РОЗДІЛ 2 ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ У ВИМІРІ МОВНОЇ СВІДОМОСТІ

2.1. Процес асоціювання та мовна свідомість.

Визначення процесу асоціювання та мовної свідомості наводить процесорка Л. Ставицька: «Процес асоціювання — доволі складна розумова діяльність. З одного боку, відбувається процес перекладу вербальної інформації на образний, предметний код. З іншого — її можна розглядати як акт породження нового фрагмента інформації, пов'язаного зі стимулом. Реакції-асоціати на певний стимул є результатом вербалізації мислительного образу предмета, означеного словом-стимулом. Мислительний образ своєю чергою відображає певну частину моделі світу. Мовна свідомість — це сукупність образів свідомості, які формуються і виводяться на зовні за допомогою мовних засобів – слів, словосполук, речень, текстів і асоціативних полів. Однією з форм виведення назовні свідомості носіїв мови і є мовна свідомість, яку прийнято вважати образом світу, опосередкованим мовою тієї чи іншої культури, тобто сукупністю перцептивних, концептуальних і процедурних знань носія культури про об'єкти реального світу» [Ставицька, 2015].

Важливим постає етнокультурологічний модус мовної свідомості, який описують дослідники «Слов'янського асоціативного словника» Г. Уфимцева, Г.Черкасова, Ю.Караулов та Е. Тарасов: «Одна з функцій культури полягає в тому, що вона дає особливе ім'я усім предметам і явищам свого «культурного космосу», і це ім'я живе, бо воно виростає з дії і несе в собі її приховану енергію (потенційну модель культурної дії.) Саме так етнос адаптується до реального світу. Можна сказати, що таким способом задається та система координат, в якій буде діяти у світі представик даної етнічної культури, формується образ світу, який є «основоположною компонентою культури етносу». Однак у поле свідомості кожного носія даної культури потрапляють лише окремі фрагменти цілісного образу світу. У процесі розвитку етносу

образ світу може змінюватися, але незмінними лишаються притаманні колективному несвідомому структуротворчі елементи етнічного несвідомого – етнічні константи, крізь призму яких людина і дивиться на світ. Образ світу як об'єкт дослідження співвідноситься з предметом аналогічного дослідження — свідомістю носіїв тієї чи іншої етнічної культури, яка недоступна для прямого вивчення і може вивчатися тільки через різноманітні форми свого виведення назовні («овнешения») [Славянский асоциативный словарь, 2004].

Також вони додають, що «образ свідомості, асоційований зі словом, – це одна з багатьох спроб описати знання, які використовуються комунікантами при відтворенні і сприйнятті мовних повідомлень. А ім'я (слово, тіло знака) – це та культурна рамка, яка накладається на індивідуальний досвід кожної людини, яка пройшла соціалізацію у певній культурі. «Назвати» – значить приписати певне значення, а приписати певне значення, значить, зрозуміти, включити у свою свідомість [Славянский асоциативный словарь, 2004].

Спроби вивчати мовну свідомість за допомогою методу асоціативного експерименту робили багато дослідників. Ці експерименти здійснені у різних регіонах України в різний час, вони дають змогу виявити типологічні ознаки та константи мовної свідомості українців в концепуалізації гендерного ряду, а також простежити динаміку гендерних аспектів мовної свідомості. Зокрема, Нана Бутенко з інтервалом в 10 років опублікувала словник «Словник асоціативних норм української мови» та «Словник асоціативних означень іменників в українській мові». Експеримент, покладений в основу першого словника, одного з перших асоціативних словників мов народів СРСР, проводився у 1974-1975 зі студентами львівських вузів віком від 18 до 30 років (кількість опитаних 1000). Інформантам було запроновано 133 слова-стимули, серед яких фігурували «жінка», «чоловік». Кількість опитаних в експерименті для другого словника – 200 львівських студентів, час – початок вісімдесятих. У цьому словнику як стимульні слова фігурували гендерно марковані лексеми «жінка», «чоловік», «дружина», «батько», «мати».

Дані про асоціативні профілі української мовної свідомості містить «Славянский ассоциативный словарь», створений за результатами масового експерименту, проведеного в 1998-1999р. методом писемного анкетування рідною мовою опитуваних, з носіями білоруської, болгарської, російської та української мов. Вік опитаних – від 18 до 25 років, кількість – не менше 500 осіб. Серед стимульних слів фігурували «жінка», «чоловік» (мужчина), «чоловік» (одружений), «дружина», «мати».

У збірнику наукових праць Ольги Кровицької вміщений «Короткий асоціативно-тематичний словник української мови «Родина»», в якому фігурують стимульні слова «мати», «батько». В основу словника покладено матеріали асоціативного експерименту, який проводився у 2000-2002 р. зі студентами економічного, філологічного та історичного факультетів Львівського національного університету ім. Івана Франка. Кількість опитаних – понад 140 студентів.

Порівняльний аналіз гендерних стереотипів на матеріалі стимульних слів «чоловік» та «жінка», здійснений у Сербії та Україні у 2005 р., пропонує Людмила Попович. Кількість опитаних в Україні – 315.

У 2007 р. вийшов друком двотомний «Український асоціативний словник» Світлани Мартінек, серед 841 стимульних слів якого фігурують «жінка», «чоловік», «дружина», «мати», «батько». Експеримент здійснювався протягом трьох років: із 2002 року по 2005 рік, усього було опитано 1867 осіб.

Протягом 2003-2004 рр. професорка Ставицька О.О. провела масовий асоціативний експеримент ланцюгового типу на матеріалі гендерно маркованої лексики, що мав на меті зафіксувати гендерні ознаки мовної картини світу у свідомості сучасних українців.

Студентка 4 курсу факультету романо-германської філології Волинського національного університету ім. Лесі Українки І.Заєць у 2009 році провела асоціативний експеримент, у якому стимульними фігурували слова «жінка», «чоловік». Опитані – студенти 1-4 курсів цього ж факультету (360 анкет). Результати експерименту були озвучені на Всеукраїнському

конкурсі студентських робіт із соціолінгвістики, що проходив у Горлівці в 2010 році. В подальшому в нашій роботі на основі отриманих даних ми будемо здійснювати порівняльний аналіз із результатами експерименту І.Заєць.

Між першим асоціативним словником Н. Бутенко, матеріал для якого збирався у 1974 р. і даними, зафіксованими студенткою І. Заєць, пролягає часовий відтинок 35 років, доволі суттєвий для ментальних трансформацій у структурі мовної свідомості етносоціуму.

Таким чином для отримання інформації про те, які гендерні стереотипи існують у свідомості носіїв мови, культури та традицій певної країни, потрібно звернутися до методу асоціативного експерименту.

2.2. Асоціативний експеримент як метод дослідження характерних стереотипів мислення.

Багато дослідників погоджуються з тим, що вивести назовні мовну свідомість представників певної лінгво-культурної спільноти, яка в принципі є недоступною, допомагає метод асоціативного експерименту (АЕ), коли респонденту пропонують дати слово чи словосполучення як реакцію на запропоноване слово-стимул. Сукупність реакцій становить асоціативне поле, зовнішня форма існування образів свідомості, асоційованих зі словом-стимулом.

Л. Ставицька визначає асоціацію як «зв'язок між певними об'єктами або явищами, заснований на особистому, суб'єктивному досвіді. Цей досвід може визначатися саме культурою, до якої належить індивід, у всьому її розмаїтті — всіма знаннями, досвідом, у т. ч. чуттєвим. Значною мірою цей досвід є суто особистим, закоріненим у минулому досвіді окремої людини. Вивчаючи асоціації методом асоціативного експерименту, ми апелюємо до глибинного шару людської психіки; асоціації можуть багато сказати про осмислюваний на рівні несвідомого або підсвідомого навколишній світ, допомагають виявити приховані настанови інформантів і структуру цінностей через їхні власні асоціації; асоціація – це психосемантичний зв'язок у свідомості людини між

різноманітними мовними одиницями або будь-якими явищами навколишнього світу та мовними одиницями. Такий зв'язок виявляється в різноманітних ментальних ефектах — виникненні у свідомості людини певних образів, фантомів, згадок в умовах певного вербального стимулювання і, навпаки, у вербальних реакціях на будь-які зовнішні враження, в т. ч. і на вербальні.» [Ставицька, 2015].

Лексична асоціація — асоціативні зв'язки між словами, що визначаються у ході експериментів, а найбільш типові асоціативні зв'язки фіксуються у спеціальних асоціативних словниках [Ставицька, 2015].

Л.Клімкова розглядає асоціативний експеримент як «виявлення зв'язків уявлень, які зумовлені попереднім досвідом і завдяки яким одне уявлення, що з'являється у свідомості, викликає на основі схожості, суміжності або протилежності інше» [Клімкова, 1991: с. 45-54].

Асоціативний експеримент показує наявність у значенні слова (а також предмета, що позначається словом) психологічного компонента. Тим самим асоціативний експеримент дає можливість побудувати семантичну структуру слова і виступає цінним матеріалом для вивчення психологічних еквівалентів семантичних полів і розкриває об'єктивно наявні у психіці носія мови семантичні зв'язки слів [Ставицька, 2015].

А. Загнітко стверджує, що «на характері асоціацій позначаються і *вік*, і *географічні умови*, і *професія* людини» [Загнітко, 2008]. А Л. Ставицька додає, що «у гендерній проекції можна стверджувати, що вплив процесії на асоціації у жінок менш виражений порівняно з чоловіками» [Ставицька, 2015].

Словесні асоціації є результатом сприйняття індивідумом об'єктивної дійсності через призму власного життєвого досвіду, його культурного й соціального рівня, належності до певної етнічної групи. Тому виникнення тієї чи тієї реакції на слово-стимул, на нашу думку, може зумовлюватися будь-яким з вище названих чинників.

Проте, у певній мовній ситуації один з принципів домінує. Так, ще Ш. Баллі зазначав, що «людська думка постійно коливається між логічним

сприйняттям та емоцією, ми або розуміємо, або відчуваємо; найчастіше наша думка складається водночас із логічної ідеї і почуття. І хоча ці два елементи можуть поєднуватись у різноманітних пропорціях, все ж у кожному конкретному випадку переважає щось одне: або логічне сприйняття, або почуття. Наша думка в обох випадках буде мати логічну домінанту, а в інших – емоційну» [Баллі, 1955: с. 182]

В основу деяких психолінгвістичних класифікацій покладено чинники виникнення словесних асоціацій. Наголошуючи на необхідності диференційного підходу до визначеної проблеми, Г. Щур розмежовує онтологічні, психологічні та емпіричні асоціації. Перші визначені соціальним досвідом індивідуума і групують елементи, що мають спільні властивості або характеристики з погляду відображення їх у свідомості індивідуума. Такі асоціації відтворюють парадигматичний аспект явищ або спосіб існування елементів. Емпіричні асоціації лежать в основі угруповань елементів відповідно до суб'єктивного досвіду індивідуума й так званих парадигматичних і синтагматичних асоціацій. До психологічних Г. Щур відносить так звані “індивідуальні” або “випадкові” асоціації та консоціації [Щур, 1971: с. 140-151].

В. Телія розглядає три типи асоціацій: національно-культурні, що притаманні носіям певної етнолінгвокультури; загальнокультурні, які є універсальними для носіїв різних мов; та індивідуально-авторські, або суб'єктивні [Телія, 1986: с. 91].

До пояснення особливостей утворення асоціацій як мисленнєвого процесу і творчої основи створення художніх образів звертався М. Ломоносов. Він констатував факт поєднання слів у певні ланцюги, ланки яких представлені парними сполуками (корабель – море, море – буря), а їх порядок і розташування зумовлені уявою митця [Ломоносов, 1986: с. 157].

О. Потєбня вважав асоціативність одним з основоположних чинників утворення рядів уявлень: “Асоціативність полягає в тому, що різнорідні сприйняття не знищують взаємно свою самотійність, а залишаючись самі

собою, зливаються в одне ціле” [Потебня, 1976: с. 136]. Спираючись на дослідження В. Гумбольдта, учений відзначив, що формування й способи вираження асоціацій мотивуються належністю індивідуума до певного етнокультурного об’єднання та до людства в цілому. Акумулюючи досвід свого народу, мовець пропускає його через призму суб’єктивізму [Потебня, 1976: с. 195]. Тому й будь-який асоціативний процес має суб’єктивний характер, в основі якого лежить об’єктивна дійсність [Потебня, 1976: с. 143].

Розглядаючи історію розвитку асоціативних досліджень, О. О. Залевська виділяє чотири етапи. Перший датується 1879-1910 рр., починаючи з експериментів Гальтона (1879) і до виникнення у 1910 р. першого списку асоціативних норм англійської мови, відомого як норми Кент-Розанова [Kent, 1910: р. 37-97]. Вчені провели вільний асоціативний експеримент на матеріалі спеціально складеного списку зі 100 слів, залучивши 1000 респондентів.

Другий етап закінчується приблизно 1954 роком, коли виходять «Повні Міннесотські норми» [Russel, 1954]. Тут кількість респондентів сягала 1008 осіб, а як стимули використовувались слова зі списку Кент-Розанова. Цей етап характеризується сильним впливом, з одного боку, ідей біхеовіристської психології, що зводила зв’язок всередині асоціативної пари до виключно механістичного зв’язку між стимулом і реакцією, а з іншого – чіткою прагматичною спрямованістю. Асоціації вивчалися з точки зору психіатрії, психоаналізу і т.д.

Третій етап асоціативних досліджень пов’язаний із переміщенням центру досліджень на проблеми, пов’язані із мовленнєвою діяльністю людини та формуванням її мовної здатності. У цей час (60-70-ті рр.) з’являється велика кількість словників асоціативних норм різних мов.

Асоціативний експеримент постає багатим джерелом не тільки лінгвістичної та психологічної, а й соціально-психологічної та соціологічної інформації.

На основі даних про семантичні поля асоціації можна скласти уявлення про «асоціативні профілі», характерні для тієї чи іншої культури, а також про

характерні стереотипи мислення, що склалися у комунікативному досвіді тої чи іншої групи, спільноти. Також наголошує на тому, що приналежність до певного народу робить для однієї культури «центр» асоціативного поля достатньо стабільним, а зв'язки - регулярно повторюваними в даній мові [Ставицька, 2015]. Уважають, що у часовій динаміці збільшується стереотипність реакцій – «мабуть, у силу стандартної освіти, розповсюдження телебачення та інших засобів масової комунікації», – додає Загнітко [Загнітко, Михальченко, 2008].

Якщо раніше результати асоціативних експериментів підлягали статистичній обробці, яка іноді завершувалась досить поверховими висновками, то в останні роки дослідники використовують отримані дані для більш глибокого проникнення в механізми мовної діяльності та змістові структури когнітивної сфери людини. Те, що міститься в структурі мовної свідомості - це мовні та мовленнєві механізми у зародку, це «передмова» як в аспекті того, що перебуває як у чистому полі свідомості, так і несвідомого. Роль останнього у комунікативній діяльності людини визначається тим, що функціонування мови значною мірою несвідоме. Людина майже ніколи не думає про численні уявлення, які виникають у неї в голові, асоціюючись і поєднуючись; при вимовлянні найменшої фрази вона вибирає у розмові слова несвідомо, так само несвідомо розгортається спонтанна робота, спрямована на розуміння сказаного [Ставицька, 2015].

«Мовна особистість становить собою серединну ланку між мовною свідомістю – колективним та індивідуальним активним відображенням досвіду, зафіксованого у мовній семантиці, з одного боку, і мовною поведінкою – свідомою і несвідомою системою комунікативних вчинків, які розкривають характер і спосіб життя людини, – з іншого боку [Карасик, 2004]. На переддискусивний характер лексичних асоціацій як одиничних реакцій на слово-стимул казувала свого часу Н. Бутенко у передмові до «Словника асоціативних означень іменників в українській мові»: «Користуючись словником, треба врахувати ще одну обставину. Деякі означення

характеризують в першу чергу явище, що стоїть за тим чи іншим іменником, і не характерні як значенням до слова. Так, на іменник офіцер 11 опитуваних відгукнулися означенням *військовий*, а по одному опитуваному – означенням *дорогий і важливий*. Не включати такі реакції у словник навряд чи було б правомірно передусім тому, що за певних обставин можливі й такі означення. Скажімо, у якійсь розмові (не без жартівливого підтексту) цілком правомірним буде вислів «дорогий мій офіцер» так само, як і вислів «якийсь важливий офіцер»...» [Бутенко, 1989].

Отже, мовну свідомість можна трактувати як частину свідомості, яка забезпечує механізми мовленнєвої діяльності. Але «когнітивна свідомість – більш складний конструкт, ніж мовна свідомість, оскільки не вся інформація, що надходить із зовнішнього світу і концептуалізується свідомістю народу, знаходить вербальне втілення.» [Адонина, 2007].

Щоб одержати типові реакції, доцільно звертатися до мовної інтуїції багатьох людей. Звичайно, що реакції учасників експериментів неоднакові. Але практика підтверджує, що деякі слова-реакції на запропоновані слова-стимули видаються багатьма інформантами. Багаторазово повторювані асоціації можна вважати стійкими. Але й більш рідкісні реакції, в тому числі поодинокі, як правило, не виходять за межі певної норми, є цілком з'ясованими і природними [Ставицька, 2015].

Асоціативний тезаурус віддзеркалює типові і найбільш типові словосполучки, а також особливості наївної картини світу етносу, риси його національного характеру; дає можливість проникати в соціальну історичну пам'ять і свідомість народу [Ставицька, 2015].

Національно-культурна специфіка мовної свідомості носіїв різних мов – це опосередкованій мовою образ світу тієї чи іншої культури, тобто сукупність концептуальних, перцептивних і профедурних знань носія культури про об'єкти реального світу. Як зазначає Уфимцева, вивчення «асоціативних реакцій полягає в тому, що ці матеріали можна розглядати як специфічний для даної культури і мови «асоціативний профіль» образів свідомості, який

інтегрує в собі розумові і чуттєві знання, якими володіє конкретний етнос» [Уфимцева, 2004: с. 191].

Для отримання бажаного типу та характеру асоціацій розрізняють 3 види асоціативного експерименту: вільний, цілеспрямований та ланцюжковий. Під час проведення вільного експерименту опитуваному пропонується ізольоване слово із завданням реагувати на нього першим словом, що з'являється в голові з отриманим вихідним словом. У цілеспрямованому – експериментатор певним чином обмежує вибір асоціації, задаючи певні завдання (наприклад, відповідати лише прикметниками чи іменниками. При ланцюжковому асоціативному експерименті опитуваному пропонують відповісти за певний період часу можливими словами [Ставицька, 2015]. Під таким типом реакції розуміють некероване, спонтанне протікання процесу відтворення змісту свідомості та несвідомості суб'єкта. Але значний недолік цього виду експерименту полягає в тому, що може утворюватися залежність між послідовними наступними реакціями [Горошко, 2001: с. 16].

РОЗДІЛ 3 СТРАТЕГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ СТУДЕНТІВ ІНСТИТУТУ ФІЛОЛОГІЇ КНУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА.

У рамках емпіричної частини проекту проведено ланцюговий асоціативний експеримент, в ході якого було опитано 72 респондента, які навчаються в Інституті філології КНУ імені Тараса Шевченка. Вік опитаних – від 18 до 22 років, соціальний стан – студенти. До уваги брали відповіді українською, російською мовою, а також суржикові реакції. Усі опитані були студентами з першого по четвертий рік.

Ланцюговий асоціативний експеримент – асоціативний експеримент, в якому учаснику експерименту пропонують відповісти будь-якою кількістю слів R, першими словами, що спадають на думку на запропоноване слово S, при цьому особливості слів не обмежені нічим ні формально, ні семантично [Горошко, 2001].

Інструментарієм дослідження виступає онлайн форма для опитування (Додаток А), поділена на дві частини: перший блок із 6 стимулами жіночого ряду (жінка, українська жінка, дружина, мати, сестра, донька) та другий блок із 6 стимулами чоловічого ряду (чоловік (мужчина), український чоловік, чоловік (одружений), батько, син, брат).

Поява стимулів «Українська жінка», «Український чоловік» зумовлена актуальністю асоціативного експерименту, спрямованого на виявлення гендерних компонентів етнічних уявлень [Кирилина, 2001: с. 195-198].

При обробленні результатів нашого експерименту ми вдалися до певної уніфікації отриманих реакцій. Так, деякі словоформи зводили до початкової форми (наприклад, реакції *співає* враховували у формі *співати*, *заробляє гроші* – *заробляти гроші*). В деяких випадках нам доводилося усувати прояви суржику (наприклад, реакції *сігарети* враховували у формі *цигарки*, прикметник *красіва* – у нормативній формі *красива*), хоча ми свідомо

залишали деякі експресивні номінації, що використовуються в ненормативному мовленні студентів (*мамин синок*). Зменшувано пестливі іменники ми об'єднували з нейтральними (так, реакцію *косички* ми зараховували до реакції *коси*). Інколи ми також об'єднували синоніми, обираючи як основну ту лексему, що мала більшу кількість згадувань, наприклад, реакцію *господиня* (1) (де число вказує на кількість відповідей) ми об'єднали з реакцією *хазяйка* (2), в результаті отримали реакцію *хазяйка* (3). Для прикметників залишали ту форму роду, яку подавали респонденти у своїх відповідях (*добра* – про дівчину, *сильний* – про хлопця). Ми отримали також низку низькочастотних реакцій, поява яких зумовлена індивідуальним досвідом того чи того респондента; інколи з'являлися зовсім унікальні реакції, відомі лише окремим індивідам, але ми вдалися до їх описання, адже «чим більше описано значень лексем, які об'єктивізують коцепт, і чим більше з них описано на рівні психологічно реального значення, тим ближче ми до моделювання реального змісту і структури концепту» [Стернин, 2005].

На першому етапі дослідження ми розподілили всі слова-реакції між такими мікроконцептами: суб'єктна номінація, характеристика зовнішності, фізичні характеристики, біологічні характеристики, внутрішні характеристики людини, соціальні характеристики людини, оцінно-характеристичні ознаки. Окремо виділили образну структуру лексем (тактильні, звукові, когнітивні, фітоморфні, зооморфні образи; екзистенційні та часові поняття; мікропортрети).

Також результати експерименту й отриманих реакцій були зіставлені з результатами асоціативного експерименту студентки факультету романо-германської філології Волинського національного університету ім. Лесі Українки у 2009 році, в якому стимульні слова – чоловік (мужчина) та жінка. Опитані – студенти 1-4 курсів цього ж факультету (360 анкет).

Джерельна база цього розділу структурована таким чином:

1) дані, отримані в результаті проведеного зазначеного асоціативного експерименту подані у Додатку Б;

2) отримані в ході асоціативного експерименту асоціативні реакції групувалися за тематичними полями, які допомагають відтворити асоціативний портрет фемінних і маскулінних семантичних рядів.

Проведення асоціативного експерименту дозволило отримати найбільш частотні асоціації. Отримані результати візуально представлені за допомогою хмар слів (Додаток В). Асоціації стосовного чоловічого ряду слів-стимулів:

1. Найбільш частими реакційми на слово-стимул *чоловік (мужчина)* є *сильний, мужній, жінка, захист* (Рис 3.1.).
2. Найбільш частими реакційми на слово-стимул *український чоловік* є *козак, сильний, вуса, патріот* (Рис 3.2.).
3. Найбільш частими реакційми на слово-стимул *чоловік (одружений)* є *обручка, діти, сім'я, батько* (Рис 3.3.).
4. Найбільш частими реакційми на слово-стимул *батько* є *захист, відповідальний, любов, мій* (Рис. 3.4).
5. Найбільш частими реакційми на слово-стимул *син* є *дитина, маленький, наслідник, безвідповідальний* (Рис. 3.5).
6. Найбільш частими реакційми на слово-стимул *брат* є *захисник, підтримка, старший, друг* (Рис 3.6.).

Та стосовно жіночого ряду слів-стимулів:

1. Найбільш частими реакційми на слово-стимул *жінка* є *краса, ніжність, сила, мати* (Рис 3.7.).
2. Найбільш частими реакційми на слово-стимул *українська жінка* є *сила, краса, вишиванка, вінки* (Рис. 3.8).
3. Найбільш частими реакційми на слово-стимул *дружина* є *підтримка, кохана, любов, мама* (Рис. 3.9.).
4. Найбільш частими реакційми на слово-стимул *мати* є *підтримка, любов, діти, моя* (Рис. 3.10.).
5. Найбільш частими реакційми на слово-стимул *донька* є *краса, допомагає, маленька, помічниця* (Рис. 3.11.).

6. Найбільш частими реакціями на слово-стимул *сестра* є *підтримка, подруга, брат, молодша* (Рис. 3.12.).

На основі отриманих найбільш частотних реакцій студентів ми спостерігаємо приписування стимулам чоловічого та жіночого ряду традиційних сімейних ролей, а також стереотипних уявлень про зовнішність, тому можемо стверджувати, що підтвердилася наша перша гіпотеза.

3.1. Загальний асоціативний портрет чоловіка, укр.чоловіка, чоловіка одруженого, батька, сина, брата; жінки, української жінки, дружини, матері, сестри, доньки.

3.1.1. Мікроконцепт «Суб'єктна номінація»

- **Ототожнення з людиною, істотою.**

Реакція *людина* двічі була зафіксована лише на стимул чоловік (мужчина) та один раз на стимул укр.чоловік. Стимул дружина викликав реакцію у формі атрибутивної сполуки – *близька людина*, в той час як стимули мати та сестра викликали по одній реакції *найближча людина*.

- **Ототожнення із семантично ідентичними іменами.**

Чоловіка (мужчину) схильні ототожнювати з *жінкою*(5). Укр.чоловіка асоціюють із *хлопцем*, чоловіка (одруженого) із *батьком* (5), батька із *матір'ю* (3), сина із *майбутнім чоловіком*.

Щодо стилістично маркованих лексем, стимул чоловік викликав реакцію *чолов'яга*, а стимул брат – *дядько*.

Відзначаємо стійке асоціювання жінки із *матір'ю* (5), а також *чоловіком*. Укр.жінку також асоціюють із *матір'ю* (4) та *чоловіком*. Проте найчастіше асоціацію *матір* (6) та *чоловік* (3) викликає стимул дружина. Стимул мати викликає реакцію *батько* та *жінка*, стимул донька – *син*, стимул сестра – *брат* (4).

- **Займенникові ідентифікатори.**

Щодо асоціювання гендерного ряду із займенником 1 особи однини (із собою), то воно показове насамперед для жіночої мовної свідомості в асоціативному полі сестра – 3 реакції *я*. Це пов'язано із переважанням по кількості респондентів жіночої статі, а також із не ідентифікацією себе із стимулами дружина та мати через відсутність у них таких статусів. Натомість наявність статусу доньки і ідентифікація себе з ним. Чоловіки не продукували асоціат *я*.

Аїзгіна та Пантелеев зазначають, що «переживання відповідності своєму статеворольовому стереотипу (статева ідентичність) постає необхідним атрибутом більш глобального почуття самоідентичності, яке виявляється зокрема у схильності до більш частотного вживання особового займенника «я» у чоловічих текстах самоопису...». [Аїзгіна, Пантелеев, 2001: с. 91-100]. Проте в нашому експерименті ми не спостерігали це явище.

Щодо асоціювання із займенником 3 особи, чоловік (мужчина) асоціюється із займенником *він*, жінка із займенником *вона*.

Щодо асоціювання із присвійним займенником, найбільша кількість реакцій *мій* на стимул батько (5); *моя* – на стимул мати (5). Зафіксована реакція *мій* на стимул чоловік (мужчина), а також реакція *не мій* на стимул брат.

Симптоматично виглядає асоціювання чоловіками респондентами матері з *дружиною*, а також з *жіночністю*. Як зазначає етнопсихолог Цимбалістичний Б., ця риса чоловічої мовної свідомості опосередковано свідчить про перехрещення у мовній свідомості укр.чоловіка концептів «мати», «кохана жінка»: «Якщо б глибше проаналізувати любовне життя українців, мабуть дійшлося б висновку, що цей підсвідомий образ матері керує ними і при виборі подруги життя. Українець шукає у своїй дружини дещо з матері.» [Цимбалістичний, 1992: с. 66-96]. Проте Гаваркевич зазначає, що було б помилково цю рису вважати суто українською, це стосується також росіян і поляків [Гаваркевич, 2005: с. 252-259].

- **Асоціювання з особою за статевою ознакою.**

Реакція *стать* актуалізується стосовно чоловіка (мужчини).

- **Релятивні стосунки.**

Слово *партнер* актуалізується стосовно дружини. Реакція *друг* зустрічається на стимул брат (5), батько (3), чоловік (мужчина), сестра. Реакція *суперник* – на стимул брат, а також також реакція *не подруга* на стимул сестра. Щодо позначень родинних стосунків: чоловік(мужчина) викликає реакцію *тато* (4), чоловік одружений – *батько* (6), в той час як жінка викликає асоціацію *сестра*. Батько асоціюється з *родичем*.

- **Особою за соціальною ознакою.**

Укр.чоловіка вважають *селянином, господарем* та *закарпатським чоловіком*. Чоловіка (одруженого) вважають *господарем*, а батька – *головою сім'ї*. Проте також *головою сім'ї* вважають укр.жінку, а дружину – *господинею*.

- **Майновий стан.**

Укр.чоловіка вважають *бідним*, а чоловік (одружений) асоціюється із *грошима, доходом* та *забезпеченням сім'ї*.

- **З особою за соціо професійною ознакою.**

Стимул чоловік викликає асоціації: *робота* (3), *армія, війна, косіння трави* та *майстр*. В той час як укр.чоловік – *заробітки, мастр на всі руки, патрірх* та *різноробочий*. Чоловік (одружений) постає в мовній свідомості респондентів як такий що *переглядає телевізор* та *проводить вечори перед телевізором*, а також як *танцюрист*. Сину не надаються соціо професійні ознаки, але надаються ознаки, пов'язані з розвагами та хоббі – *геймер, розваги, футбол, тхеквондо*.

Соціо професійні ознаки української жінки в уяві респондентів обмежуються *вихованням дітей*, *приділенням уваги сім'ї* і *домашнім справам*. Схожі є асоціації на стимул дружина – *домогосподарка* (3), *приготування їжі* (2), *допомога чоловікові, служниця*. Мати асоціюється із *кухарем*.

Бачимо, що у структурі мовної свідомості відсутні стереотипи про притаманні жінкам та чоловікам «чисто чоловічі» або «чисто жіночі» професії, проте соціо професійні ознаки щодо жіночого асоціативного ряду (*домогосподарка, виховання дітей*) та чоловічого асоціативного ряду (*майстер, робота*) підкріплюють стереотип стосовно сімейних ролей. Можемо вважати нашу гіпотезу №2 підтвердженою частково.

- **З особою за етнічною ознакою.**

Етноцентризм української мовної свідомості не виявився в даному дослідженні, адже не зафіксовано жодного слова-стимулу, охопленого асоціюванням з етнонімами *українка, українець*. Також не зафіксовано інших етнонімів.

- **Власні імена.**

Стимули маскулінного ряду син та брат асоціюють з іменем *Вова* (2). Стимул сестра асоціюється з іменами *Юлія* та *Марія*.

- **Процедентні імена, тексти.**

Стимул чоловік має асоціацію *Гейл Вінанд*. Укр.чоловік асоціюється із класиками української літератури – *Григорієм Сковородою* та *Тарасом Шевченко*, а також науковцем *Вернадським*. Жінка асоціюється із *Дагні Таггарт*, героїнею американського роману «Атлант розправив плечі». Дружина асоціюється із *Ліліан Ріарден* – героїнею того ж роману. Укр.жінка, як і укр.чоловік, асоціюється з класиками літератури – письменницями *Ліною Костенко* та *Лесею Українкою*. Донька асоціюється із *Луїзою Фінч*, головною героїнею американського роману «Убити пересмішника».

- **Географічні назви.**

Жоден із стимулів не викликав асоціацій із географічними об'єктами.

3.1.2. Мікроконцепт «Характеристика зовнішності»

- **Загальний зовнішній вигляд.**

Респонденти відмовляють чоловікові у фізичній привабливості, за спаданням частотності актуалізовані епітети щодо стимулу чоловік (мужчина) виглядають таким чином: *мужній* (7), *брутальний*. Стимули син та брат асоціюються із *маленьким* та *мужністю*. Стимули укр.чоловік, чоловік (одружений) та батько не отримали ніяких асоціацій із зовнішністю.

Щодо жінки – ситуація зовсім інша. Стимул жінка отримав такі асоціації: *краса* (16), *тендітна* (3), *гарна* (3), *молода* (2), *витонченість*, *довершеність*, *естетика*, *мила*. Укр.жінка також асоціюється із *красою* (8), *молодістю*, є *найгарнішою* та *прекрасною*. Дружина є *красивою*, *молодою*, донька та сестра – *красивою*. Як бачимо, за ступенем спадання частотності атрибування краси фемінному ряду йдуть стимули жінка, укр.жінка, дружина, донька та сестра.

- **Високий – низький.**

Високий зріст мислиться питомим атрибутом чоловіка і найбільш прикметною рисою його зовнішності. Стимул чоловік отримав часту реакцію *високий* (3), також реакцію *великий*. Укр.чоловік – *великий*, *високий зріст*, батько – *високий зріст*, брат – *високий*. Реакція *великий* постає лексично видозміненим репрезентантом високого зросту маскулінного ряду у мовній свідомості респондентів [Ставицька, 2015]. Цікаво, що щодо жіночого ряду подібні асоціації не були зафіксовані.

- **Товстий – худий.**

Ознака огрядності стосовно чоловіка викликає такі асоціативні імпульси у мовній свідомості респондентів: стимул чоловік (мужчина) – *товстий*, *спортзал*; укр.чоловік – *товстий* (2), *віл*; батько – *спорт*.

Жіночому ряду майже не приписується ознака надмірної ваги, але приписується стереотипний атрибут стрункості, тендітності та здатність мати фігуру: стимул жінка – *струнка фігура*, *фігура*, *тендітність* (3), *витонченість*; укр.жінка – *повнота*, дружина та мати – *тендітність*; донька – *маленька*.

3.1.3. Мікроконцепт «Фізичні характеристики»

- **Моторно-рухові властивості.**

З сукупними показниками маскулінний ряд трохи частіше, ніж фемінний, асоціюється з гарними моторно-руховими ознаками організму. Чоловік викликає асоціації *опора* (4), *перемога*, *спітнілий*, *тестостерон*; укр.чоловік – *розмахує шаблоками*; син – *підкорення*, *садно*; брат – *опора*, *бійка*. Щодо жіночого ряду, лише стимул дружина викликає асоціацію *і у вогонь, і в воду*.

Закарбованість у мовній свідомості українців чоловіка з гарними руховими властивостями повністю узгоджується з даними гендерної психології: «швидкість рухів у чоловіків вища на 15-30%, трохи більша максимальна частота рухів» [Льїн, 2003]. Суб'єктивне житейське спостереження: Жінки рідко гарно рухаються. ... Більшості вдається жест, кілька жестів. <...> Найрідкісніше в жінці – шляхетність. І саме шляхетність якимось пов'язана з умінням, здатністю, даром рухатися (Іздрік, Таке).

- **Фізично сильний – слабкий.**

Фізична сила належить до стереотипних високочастотних ознак, приписуваних головним чином маскулінному ряду. Ми свідомі двозначності епітета сильний, який означає не тільки фізичну силу, а й твердий, стійкий, вольовий характер.

Асоціація *сила* є найчастішою до стимула чоловік (мужчина) – зустрічається 22 рази, а асоціація *сильний* – 6 разів. Також асоціація *сильний* є реакцією на стимули укр.чоловік (7), брат, батько. Проте не є реакцією на стимули чоловік (одружений) та син.

Цікаве спостереження стосовно ряду жіночих стимулів: *сила* доволі часто приписується жінці (9), українській жінці (10), дружині, матері та сестрі.

Жоден стимул жіночого ряду не ідентифікується як *слабка*.

- **Волосся.**

Волосся чоловіка концептуалізується у мовній свідомості українців у розмаїтому колірному спектрі із домінантними сивим і чорнявим волоссям: чоловік (мужчина) – *волосся, коротке волосся*; укр.чоловік – *темне волосся, чуб, оселедець*; батько – *сивий*; син – *блондин*, брат – *русяве волосся*.

Жінку уявляють чорнявою та довговолосою: жінка – *волосся, довге волосся, чорнява*; українська жінка – *чорнявість*; дочка – *заплітати коси*; сестра – *коси*.

- **Вуса, борода.**

Борода акцентується лише в асоціативному портреті чоловіка (мужчини), а *вуса* – укр.чоловіка.

- **Очі, брови.**

Очі та брови не проакцентовані у мовній свідомості респондентів.

- **Обличчя.**

Матір уявляють *усміхненою*.

- **Тіло.**

Доволі цікаві асоціації стовно чоловічого ряду: чоловік (мужчина) – *гарно пахне*; чоловік (одружений) – *зрізані нігті*; батько – *груди*.

Щодо жінок, асоціації доволі очікувані: жінка – *декольте, нігті*; дружина – *білі руки, шия*; мати – *руки*.

- **Одяг, взуття, аксесуари.**

Укр.чоловіка стабільно асоціюють з традиційними предметами одягу – *шаровари (4), капелюх*, в той час як чоловіка (мужчину) – з більш сучасними аксесуарами: *бритва, одеколон*. Цікаво, що найчастіше чоловік (одружений) асоціюється із *обручкою (20)*.

Укр.жінка також стабільно асоціюється з традиційними для неї аксесуарами – *вишиванка (7), вінки (6), намисто, червона помада*. Жінка асоціюється із *підборами*; матір з *рушником*; донька з *квітами (2), лялькою*,

сукнею; сестра з *одягом* та *ліхтариком*. Дружина зовсім не часто асоціюється з *обручкою*, на відміну від чоловіка (одруженого), всього 1 раз.

3.1.4. Мікроконцепт «Біологічні характеристики»

- **Вік.**

Чоловік (одружений) у мовній свідомості респондентів є *сорокарічним*, син асоціюється із *молодістю*. Брат та син викликають асоціацію *старший*. Жінка, укр.жінка та дружина викликають асоціацію *молода*. Сестра – *молодша* (4) та *старша* (3).

- **Фізичне здоров'я.**

Із *здоров'ям* (2) асоціюють лише жінку.

3.1.5. Мікроконцепт «Внутрішні характеристики людини»

- **Психологічні, морально-етичні характеристики.**

Батькові, матері та донці найчастіше приписується ознака *доброта* (3). Ознака *недобрий* або *злий* не приписується жодному стимулу. Чоловікові (одруженому), батькові та матері приписуються ознаки *щедрий* (2) та *щедрість*. Ознака *скутий* не приписується жодному стимулу. Ознака *сумний* приписується лише чоловікові (одруженому) та батькові. Ознаки *веселий*, *радісний* не трибуються. Із *щастям* асоціюють брата, дружину, матір та доньку. На стимул чоловік (одружений) зафіксована одна реакція *нещасний*. Укр.жінка асоціюється із *язикатістю* та *балакучістю*. За здатністю бути ніжною лідирує жінка. Реакція *ніжність* для стимулу жінка знаходиться на другому місці за частотністю – 10 згадувань. Також ніжною вважають укр.жінку, дружину та матір. Серед чоловіків ніжним вважають чоловіка (мужчину); на стимул батько зафіксована реакція *ніжність під маскою суровості*. Епітет *милий* актуалізується для сина. Епітет *співчутлива* актуалізується лише для жінки, а чутливий лише для чоловіка. *Жіночність* приписується жінці (2), матері. Українській жінці приписується *темперамент*. *Люблячим* вважають батька (4) та чоловіка (одруженого);

ввічливим батька; найбільш *турботливими* – дружину (5) та батька (4). Здатність до *розуміння* ближнього приписують батькові та сестрі, а зданість до *терпіння* чоловікові (мужчині) та українському чоловікові. *Спокій* приписують жіночому ряду: жінці, українській жінці, матері, в той час як *серйозність* – чоловічому: чоловікові (мужчині) та чоловікові (одруженому).

Також до чоловічого асоціативного ряду приписуються такі риси:

- Чоловік (мужчина): *надійний* (4), *відповідальний* (2), *сміливість*, *чесний*, *гордість*, *стабільність*, *впертий*;
- Укр.чоловік: *сміливість*, *впертий*, *нестабільний*, *лінивий*, *алкоголь*, *пияцтво*.
- Чоловік (одружений): *відповідальність* (4), *хитрість*, *порядний*, *впевнений*, *стабільність*.
- Батько: *безвідповідальність*, *відповідальний*, *строгість*, *лінь*.
- Син: *невдячний*, *безвідповідальний*, *незалежний*.

До жіночого асоціативного ряду:

- Жінка: *незалежна* (3), *хитра*.
- Укр.жінка: *незалежна*, *сміливість*, *стійкість*.
- Дружина: *надійна* (2), *чесна*, *сміливість*.
- Мати: *відповідальна*, *вперта*.
- Донька: *чесна*, *гордість*, *відповідальність*, *вдячність*.
- Сестра: *надійна*, *відповідальна*.
- **Психічний стан, психофізіологічний стан.**

З *надією* асоціюється син (3), укр.чоловік, батько, дружина та мати. Реакцію *радість* (3) викликає виключно син. *Втомленими* респонденти бачать представниць «прекрасної статі» – дружину та матір.

- **Емоційні, інтимно-почуттєві, сексуальні характеристики.**

Епітет *рідний* виступає означенням батька, брата та сестри; *найрідніший* – син. *Близкість* потрапляє в асоціативне поле сестри, а *близька людина* –

дружини. Реакція любов найчастіше виникає на стимул дружина (8), батько (6), жінка (3) та сестра (3). Реакція кохана – на стимул дружина (8) та жінка (2).

Асоціацію з *сексом* викликає стимул чоловік (мужчина). *Вірними* бачать чоловіка (одруженого) та дружину. Асоціацію *зрада* викликають батько, чоловік (одружений) та дружина. Схильність до *розпусти* приписують українській жінці.

- **Соціально-психологічні ознаки.**

Найчастіше з *роботою* асоціюється маскулінний ряд, зокрема найбільше асоціацій на стимули чоловік (одружений) (5), чоловік (мужчина) (5) та батько (3). Укр.чоловік отримав реакції *працює* та *майстер на всі руки*, в той час як укр.жінка – *працьовита* (4). *Підтримка* – одна із найчастіших асоціацій на стимули мати, дружина, брат та батько. Найбільше *підтримки* чекають від матері (18) та дружини (10). Дружина також асоціюється із *хатньою роботою, працьовитістю* та *обов'язками*.

- **Інтелектуальні здібності.**

Розумними респонденти найчастіше вважають доньку (4), а також брата, укр.жінку, матір. Із мудрістю асоціюється майже весь ряд жіночих стимулів: жінка, дружина, укр.жінка, мати. *Інтелект* приписується батькові.

3.1.6. Мікроконцепт «Соціальні характеристики людини»

- **Сімейний стан.**

Чоловіка (одруженого) асоціюють із *нареченою, дружиною*. Жінку асоціюють із *дружиною*, а дружину із *шлюбом* та *розлученням*. Також із *дружиною* асоціюють матір.

- **Родинні стосунки.**

Реакція *сім'я* найчастіше виникає на жіночі стимули – жінка, дружина, мати сестра. Одна така реакція виникає на стимул брат. Реакція *голова сім'ї* зустрічається на стимули чоловік (мужчина), батько та укр.жінка. Чоловік

(одружений) асоціюється із *забезпеченням сім'ї*, укр.чоловік – *сім'янин*. Цікаво, що є реакція на стимул жінка – *захист сім'ї*, в той час як укр.жінка – *зайнята сім'єю та домашніми справами*.

З *дітьми* переважно асоціюється чоловік (одружений) (8) та мати (5). В той же час кількість асоціацій *діти* на стимул дружина набагато менший, ніж на стимул чоловік (одружений) – лише 2. Кількість реакцій *дитина* на стимул син – 6, в той час як на стимул донька – 2.

3.2.7. Мікроконцепт «Оцінно-характеристичні ознаки»

- **Оцінно знижені імена.**

Маскулінний ряд групує навколо себе набагато більше оцінно знижених імен, ніж фемінний. Чоловіка характеризують як *мамин синок, осел*; сина як *неслухняний, розбишака, шкідливий*; брата як *обуза*. Укр.жінка описується як *розпущена*; дружина як *раба, служниця*; сестра як *обуза*.

- **Емотивні імена.**

Брата активно асоціюють з *допомогою* (4) та *повагою* (2). Батько, дружина та сестра асоціюються з *розумінням*. Ознака *рідний* приписується братові та сестрі.

- **Побутова діяльність.**

Побутова сфера людини тісно пов'язана з її домом. Чоловік (одружений), батько та мати найчастіше викликають реакції цього лексико-семантичного субполя, у якому фігурують *дім і будинок*. Жінка асоціюється із *затишком*. Чоловік (одружений) асоціюється з *господарем*, з *хазяїном* – укр.чоловік. Укр.жінка є *господинею* (3), а дружина – *домогосподаркою* (2). Авто – атрибут життєдіяльності чоловіка, для чоловіка (мужчини) – це *автомобіль*, а для чоловіка (одруженого) – *автомобіль «Запорожець»*. Для дружини та української жінки це *приготування їжі*. *Спорт* є атрибутом жінки та батька.

- **Гастичний код.**

Назви їжі, страв і напоїв регулярно виникають в асоціативному полі гендерно маркованих лексем. Вони особливо помітно виражені щодо стимулів укр.чоловік та укр.жінка. Укр.чоловік: *алкоголь* (3), *сало* (2), *український борщ*, *любить їсти вареники*. Укр.жінка: *хліб* (2), *борщ*.

- **Гроші.**

Важливим елементом семіотики повсякденності у нвколишньому світі всіх без винятку людей є гроші. У гендерній проекції гроші марковані як маскулінний знак [Ставицька, 2015]. У сучасному світі «в кінцевому рахунку для чоловіка знаком сексуальності є гроші. У них це найбільш еротична приманка для жінки. Зрозуміло, що таке твердження перебільшене і не завжди виявляється повною мірою, однак у цілому, здебільшого виявляється саме так, особливо у наш час. Стійкість таких гендерних стереотипів підтвердилася соціологічним опитуванням у молодіжному середовищі Санкт-Петербурга в 1992-1996 роках: значущість зовнішньої привабливості жінки і соціальної спроможності чоловіка.»[Махлина, 2009]. Переконливим свідчення цього в нашому експерименті слугує той факт, серед реакції студентської молоді на чоловік (мужчина) та батько помітна висока вага тих, що вказують на статки: *айфон*, *добувач*, *успішний*, *гроші*. Репрезентативність грошей у фемінному ряді скромніша, одинична реакція *успішна* на стимул жінка, і реакція *гроші* на стимул мати.

- **Весілля.**

Назва обрядової дії, яка фіксує матримоніальний статус особи, неоднаково розподіляється між різностатевими суб'єктами: на чоловік (одружений) зафіксовано 2 реакції *весілля*, на дружину – жодної. Також одинична реакція *весілля* зафіксована на стимули батько та сестра.

- **Соціальний статус.**

Укр.жінку найчастіше ідентифікують із *матір'ю* (4), а чоловіка (одруженого) із *батьком* (5).

- **Суспільна діяльність.**

Українському чоловікові респонденти приписують *патріотизм* та *націоналізм*. Жінці приписують *фемінізм* (2).

3.2.8. Образна структура лексем (перцептивні образи).

- **Тактильні образи.**

З *теплом* асоціюють жінку, але найбільше – матір (3). Як зазначає Михальченко, «...батько, як правило, виявляється «*сильнішим*» за матір, а мати – «*теплішою*» за батька» [Михальченко, 2001].

Чоловік (мужчина) асоціюється з *одеколоном*, батько – із *запахом*.

- **Звукові образи.**

Стимул син викликав *одичинчу реакцію скрипка*.

- **Когнітивні образи.**

Батько та чоловіко (одружений) асоціюються із *стіною*, укр.жінка – *тил*. Щодо природніх образів чоловік (мужчина) асоціюється із *вогнем* та *полем*; батько з *кременем*; жінка з *рікою*.

- **Фітоморфні образи.**

В уяві респондетів жінка стереотипно асоціюється з *квіткою*, а українська жінка – з *калиною*.

- **Зооморфні образи.**

Укр.чоловік асоціюється з *волом* та *конем*; дружина з *тягловим конем*.

- **Екзистенційні поняття.**

З *життям* респонденти асоціюють сина та доньку.

- **Часові поняття.**

З *дитинством* респонденти найбільше асоціюють брата та сестру (по 3). Сина уявляють як у *майбутньому чоловік*.

- **Мікропортрети.**

Чоловік (мужчина): *людина, котра може постояти за себе.*

Укр. чоловік: козак, ледащо, любить їсти вареники, багато говорить і мало робить, розмахує шаблями.

Чоловік (одружений): відсторонений від дітей, переглядає телевізор, не пов'язаний з домашніми справами; вірний, постійна робота, костюм, вечори перед телевізором, інструменти в гаражі; в прасованому одязі, зрізані нігті, виглядає як людина.

Батько: авторитет, повага, ніжність під маскою суворості, рибалка і шашлик; буришин - дорогий і не у всіх присутній; відповідальний, працевлаштований, приділяє час своїм дітям.

Син: послух, зацікавленість у порадах батька, розніженість і вередливість.

Брат: найкращий друг та захисник.

Жінка: гарна, розумна, працює, займається собою; не слабка стать, мати, дружина, донька, сестра; кар'єра, груди, елегантність, декольте, підбори, пристрасть, мінливість.

Укр. жінка: сильна, мужня, бо чоловік лежить на дивані; зайнята сім'єю і домашніми справами, тягне на собі сім'ю.

Дружина: вірність, домогосподарка, готування їжі, піклування про дітей; любляча, турбується про затишок, допомагає чоловіку в реалізації задуманих сімейних цілей.

Мати: добра, турботлива, в рівній мірі з чоловіком несе відповідальність за дітей; найсильніша підтримка, любов, подруга.

Донька: татова дівчинка, маленька; принцеса, промінь світла, мамина радість.

Сестра: підтримка, краща подруга, любов, радник; друг, найближча людина.

3.2. Структура та динаміка асоціативних полів лексем чоловік, жінка (порівняння із асоціативним експериментом І.Г.Засць, 2009).

Порівняння результатів асоціативних експериментів 2009 та 2020 року дозволило виявити зміни у наповненні та будові асоціативних полів названих лексем, що відбулися за останнє десятиліття.

Матеріалом для порівняння стали, по-перше, дані нашого власного експерименту, який було проведено у 2020 р. зі студентами 1–4 курсу факультету філології Київського національного університету ім. Тараса Шевченка (загалом 72 анкети), по-друге, дані асоціативного експерименту студентки факультету романо-германської філології Волинського національного університету ім. Лесі Українки у 2009 році та її публікації на цю тему [Заєць, 2010]. Опитані – студенти 1-4 курсів цього ж факультету (360 анкет).

Передусім нас цікавило питання, які саме концептуальні ознаки складають ядро асоціативних полів. Проаналізувавши всі отримані слова-реакції, ми дійшли до висновку, що наповнювання кожного з асоціативних полів (лексем жінка, чоловік (мужчина)) суттєво відрізняється за домінантними ознаками. Цей результат стосується як нашого опитування, так і експерименту І.Г.Заєць. Так, зіставлення асоціативних полів стимулів чоловік (мужчина) та жінка засвідчує, що в асоціативному полі слова чоловік (мужчина) в обох експериментах за різноманітністю переважають вказівки на риси характеру і поведінкові особливості (сильний, мужній, відповідальний, працьовитий, чесний, поважний). Менш різноманітними є реакції, що вказують на зовнішність та фізичні ознаки. В асоціативному полі лексеми жінка, навпаки, за різноманітністю переважають ознаки зовнішності та фізичні ознаки (краса, ніжність, врода), на другому місці опинилися назви рис характеру і поведінкових особливостей. Отже, в ядрі асоціативного поля лексеми чоловік (мужчина) опинилися внутрішні ознаки, пов'язані з характером і поведінкою, а в ядрі асоціативного поля лексеми жінка домінують зовнішні ознаки.

Разом з тим у відповідних асоціативних полях можна простежити динамічні явища, які вказують на зміни у сприйнятті образів чоловіка

(мужчини) та жінки, що сталися за останні десять років. Це стосується ядерної зони концептів.

Експеримент 2009 року дозволив виявити такі **домінуючі ядерні ознаки** на стимул чоловік (мужчина): *робота* (19), *сім'я* (14), *тато* (13), в той час як домінуючі ядерні ознаки на цей стимул нашого експерименту такі: *сила* (22), *мужній* (7), *жінка* (6). Таким чином, якщо давніше уявний образ чоловіка (мужчини) містив ознаку «сім'я і робота», то зараз в ньому переважає ознака «сила і мужність». Це можна трактувати як трансформація чоловіка-сім'янина, який працює для забезпечення сім'ї, до сильного і мужнього «не сімейного» чоловіка.

Домінуючі ядерні ознаки на стимул жінка 2009 року: *діти* (23), *мама* (17), *розумна* (13), а в нашому експерименті: *краса* (16), *ніжність* (10), *сила* (9). Як бачимо, якщо в уяві студентів респондентів 2009 року жінка передусім постає в образі «розумної дружини і матері», то в нашому експерименті респонденти бачать її як «красиву, ніжну, але водночас сильну жінку».

Тут можна вбачати зміни соціальних стереотипів: на думку респондентів 2009 року, жінка не обов'язково має ходити на роботу, вона може присвятити себе сім'ї та вихованню дітей. Можливо, такі реакції є проявом певного ідеалу, який хотіли би наслідувати студенти: чоловік має свій бізнес, працює, заробляє достатньо грошей, а жінка їх витрачає на сім'ю. Отже, спостерігаємо прояви певної гендерної асиметрії, що загалом характерно для уявлень українців про суспільні функції жінок та чоловіків. В 2020 році бачимо поступову зміну цього стереотипу: якщо риси характеру і зовнішності, стереотипно притаманні чоловіку та жінці залишаються незмінними, то факт обов'язкової наявності сім'ї нівелюється щодо обох стимулів.

Дальня периферія в розглядуваних асоціативних полях, на нашу думку, трансформувалася не дуже сильно. Реакції дальньої периферії на стимул чоловік (мужчина) схожі в обох експериментах: *відповідальний, захист, опора, високий, костюм, машина, турботливий*. Така ж ситуація із стимулом жінка: *вродлива, заміжня, весела, хазяйка, сукня, квіти, жіночність*.

Отже, зіставлення результатів асоціативних експериментів 2009 р. та 2020 р. свідчить, що в основних рисах наповнення концептів «жінка» та «чоловік» не зазнало змін. Проте асоціативний експеримент дає змогу стверджувати, що відбулася реструктуризація асоціативних полів, переміщення деяких ознак з периферії в ядро і навпаки. Це дає нам змогу стверджувати, що наша гіпотеза №3 підтвердилася частково.

На нашу думку, зміни в будові асоціативних полів лексем чоловік (мужчина) та жінка є проявом трансформації відповідних концептів, що можна пояснити загальними змінами в соціальному та культурному житті українського народу за останні тридцять п'ять років, більшою відкритістю молоді до інновацій, появою нових соціальних орієнтирів, змінами у прагненнях і системі цінностей.

Отримані в ході експерименту результати дозволяють чіткіше окреслити ментальний лексикон людини, виявити системні зв'язки в концептуальному просторі, а також простежити за змінами у системі знань про світ, пов'язаними з трансформаціями у соціальній організації суспільства.

ВИСНОВКИ

Концептуальне осмислення феномену гендерного стереотипу в новітній соціології знаходиться в процесі осмислення об'єктивістськими та суб'єктивістськими соціологічними теоріями. Перші характеризують гендерні стереотипи як усталені когнітивні та поведінкові моделі ставлення та сприйняття соціальних нерівностей між чоловіками та жінками, які обумовлені цілком різними можливостями виконання ними певних соціальних ролей і які тим чи іншим чином регулюються певною нормативною системою з боку різних соціальних інститутів, в той час як другі інтегрують гендерні стереотипи як закономірні суперечливі наслідки процесів типізації соціальних дій індивідів, їх габітуалізації, інституціоналізації та реїфікації (уречевлення) у певному соціальному середовищі.

Вітчизняні дослідники визначають гендерні стереотипи як різновид соціальних стереотипів, як детерміновані культурою спрощені, стійкі, емоційно пофарбовані образи поведінки, риси характеру чоловіків і жінок, які значно впливають на формування гендерно-рольового репертуару особистості та її поведінку [Говорун, 2004]; як судження, відображене у загострено спрощеній й узагальненій формі, яке носить емоційний характер та приписує визначеному класу осіб деякі властивості чи, навпаки, відмовляє їм у цих властивостях [Оксамитна, 2004: с. 157-181]; як історично зумовлене, мінімізоване, типізоване й структуризоване у вигляді фрейму в колективній свідомості певного лінгвокультурного соціуму уявлення про фізіологічні, емотивні, психічні, психологічні та соціокультурні атрибути, що є властивими/ невластивими індивіду, якого соціум категоризує як чоловіка або жінку [Мартинюк, 2004: с.11].

Гендерні стереотипи є певними атрибутивними функціональними елементами специфічних соціальних контекстів суспільного життя – популяційного, родинного, групового, системного, мовного, подієвого та ін. атрибутивними функціональними елементами. У нашому дослідженні головна

увага зосереджена на виокремленні саме мовного соціального контексту та дослідженні гендерних стереотипів, саме тому увага зосереджена на осмисленні поняття мовної свідомості – сукупності образів свідомості, які формуються і виводяться на зовні за допомогою мовних засобів – слів, словосполук, речень, текстів і асоціативних полів. Однією з форм виведення назовні свідомості носіїв мови і є мовна свідомість, яку прийнято вважати образом світу, опосередкованим мовою тієї чи іншої культури, тобто сукупністю перцептивних, концептуальних і процедурних знань носія культури про об'єкти реального світу [Ставицька, 2015]. Мовна свідомість носіїв тієї чи іншої культури, яка недоступна для прямого вивчення і може вивчатися тільки через різноманітні форми свого виведення назовні [Славянський асоціативний словарь, 2004], у нашому дослідженні за допомогою методу асоціативного експерименту.

Процес асоціювання — доволі складна розумова діяльність. З одного боку, відбувається процес перекладу вербальної інформації на образний, предметний код. З іншого — її можна розглядати як акт породження нового фрагмента інформації, пов'язаного зі стимулом. Реакції-асоціати на певний стимул є результатом вербалізації мислительного образу предмета, означеного словом-стимулом. Мислительний образ своєю чергою відображає певну частину моделі світу.

Доцільно звернутися до дослідження та гіпотез, і виявлених ними результатів.

1. У структурі мовної свідомості студентів переважають стереотипи поєднання сімейних ролей відповідно до статі та гендерні стереотипи зовнішності.

Перша гіпотеза дослідження підтвердилася. Проведення асоціативного експерименту дозволило отримати найбільш частотні асоціації стосовного чоловічого ряду слів-стимулів. На основі отриманих найбільш частотних реакцій студентів ми спостерігаємо приписування стимулам чоловічого та

жіночого ряду традиційних сімейних ролей, а також стереотипних уявлень про зовнішність. Для прикладу стимули чоловічого асоціативного ряду отримали такі найчастіші асоціації: чоловік (мужчина) – сильний, мужній, жінка, захист; український чоловік – козак, сильний, вуса, патріот; чоловік (одружений) – обручка, діти, сім'я, батько; батько – захист, відповідальний, любов, мій; син – дитина, маленький, наслідник, безвідповідальний; брат – захисник, підтримка, старший, друг. Та стимули жіночого асоціативного ряду: жінка – краса, ніжність сила, мати; українська жінка – сила, краса, вишиванка, вінки; дружина – підтримка, кохана, любов, мама; мати – підтримка, любов, діти, моя; донька – краса, допомагає, маленька, помічниця; сестра – підтримка, подруга, брат, молодша.

2. У структурі мовної свідомості студентів відсутні стереотипи професійної діяльності чоловіків і жінок.

Гіпотеза підтверджена. Бачимо, що у структурі мовної свідомості відсутні стереотипи про притаманні жінкам та чоловікам «чисто чоловічі» або «чисто жіночі» професії, проте соціо професійні ознаки щодо жіночого асоціативного ряду (домогосподарка, виховання дітей) та чоловічого асоціативного ряду (майстер, робота) підкріплюють стереотип стосовно сімейних ролей.

3. Структура асоціативних полів лексем чоловік та жінка не змінилася в порівнянні з асоціативним експериментом І.Г. Заєць [Заєць, 2010].

Гіпотезу можна вважати частково підтвердженою Експеримент 2009 року дозволив виявити такі домінуючі ядерні ознаки на стимул чоловік (мужчина): робота (19), сім'я (14), тато (13), в той час як домінуючі ядерні ознаки на цей стимул нашого експерименту такі: сила (22), мужній (7), жінка (6). Таким чином якщо давніше образ чоловіка (мужчини) містив ознаку «сім'я і робота», то зараз в ньому переважає ознака «сила і мужність». Це можна трактувати як трансформація чоловіка-сім'янина, який працює для забезпечення сім'ї, до сильного і мужнього «не сімейного» чоловіка.

Домінуючі ядерні ознаки на стимул жінка 2009 року: діти (23), мама (17), розумна (13), а в нашому експерименті: краса (16), ніжність (10), сила (9). Як бачимо, якщо в уяві студентів респондентів 2009 року жінка передусім постає в образі «розумної дружини і матері», то в нашому експерименті респонденти бачать її як «красиву, ніжну, але водночас сильну жінку». Проте дальня периферія в розглядуваних асоціативних полях трансформувалася не дуже сильно. Реакції дальньої периферії на стимул чоловік (мужчина) схожі в обох експериментах: відповідальний, захист, опора, високий, костюм, машина, турботливий. Така ж ситуація із стимулом жінка: вродлива, заміжня, весела, хазяйка, сукня, квіти, жіночність.

Тут можна вбачати зміни соціальних стереотипів: на думку респондентів 2009 року, жінка не обов'язково має ходити на роботу, вона може присвятити себе сім'ї та вихованню дітей. Можливо, такі реакції є проявом певного ідеалу, який хотіли би наслідувати студенти: чоловік має свій бізнес, працює, заробляє достатньо грошей, а жінка їх витрачає на сім'ю. Отже, спостерігаємо прояви певної гендерної асиметрії, що загалом характерно для уявлень українців про суспільні функції жінок та чоловіків. В 2020 році бачимо поступову зміну цього стереотипу: якщо риси характеру і зовнішності, стереотипно притаманні чоловіку та жінці залишаються незмінними, то факт обов'язкової наявності сім'ї нівелюється щодо обох стимулів.

Найбільш важливою для подальшої розробки можна назвати гіпотезу, що стосується зміни структури асоціативних полів лексем чоловік та жінка. Однозначно сказати спростувалася вона чи ні важко, але вагомі відмінності все ж було виявлено.

Усі отримані результати можуть слугувати базою для майбутніх досліджень, але особливо цікавою виявилася друга гіпотеза про стереотипи професійної діяльності чоловіків та жінок. Якщо у мовній свідомості сучасних студентів ще зберігаються стереотипи про сімейні ролі та зовнішність чоловіка та жінки, то, можливо, в силу зміни цінностей та трансформації

суспільства, гендерні стереотипи професійної діяльності вже не є для них притаманними.

Спираючись на отримані результати, ми можемо говорити про важливість дослідження гендерних стереотипів, особливо у мовній свідомості студентської молоді.

Як і будь-яка теорія, теорія гендерно-статевої системи не є безперечною істиною, але вона розширює наш світогляд і є одним із кроків до ширшого розуміння дійсності. І якщо не мотивувати студентів зовнішніми чинниками – інформацією та гендерно-нейтральними образами, що відкривають нові можливості, сприяють знищенню патріархальних стереотипів, – соціальний устрій майбутнього суспільства ще довгий час базуватиметься на тендерній нерівності, а стать залишатиметься біологічною долею, яка визначатиме ієрархічну позицію індивіда в суспільстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аберкромби Н. Социологический словарь / Н. Аберкромби, С. Хилл, С. Брайан, С. Тернер; [пер. с англ.; под. ред. С. А. Ерофеева]. – М. : ОАО “Изд-во “Экономика”, 1999. – 428 с.
2. Адонина Л.В. Концепт «женщина» в русском языковом сознании: автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук.: спец. 10.02.01. – Воронеж, 2007.
3. Аизгина А.В., Пантелеев С.Р. Проявление личностных особенностей в сомоописаниях мужчин и женщин // Вопросы психологии. – 2001. – №3. – С.91-100.
4. Бабочкин П.И. Положение молодой семьи / П.И. Бабочкин, А.Д. Плотников. – М. : Социум, 2002. – 102 с.
5. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. – М. : Изд-во иностр. лит., 1955. – 416 с.
6. Бутенко Н.Г. Словник асоціативних означень іменників в українській мові. – Львів: Вид-во при Львівському державному університеті видавничого об’єднання «Вища школа», 1989.
7. Гаваркевич Р. Концепт мать в языковой картине мира поляков и русских // Общение. Языковое сознание. Межкультурная коммуникация: сб.статей / Институт языкознания РАН. – Калуга: КГПУ им. К. Э. Циолковского, 2005. – С.252-259.
8. Гендерні стереотипи та ставлення громадськості до гендерних проблем в українському суспільстві // За ред. Ю.І. Саєнка. - Київ: ВАІТЕ, 2007. - 143 с.
9. Говорун Т.В. Гендерна психологія: [Навч. посібник] / Т.В. Говорун, О.М. Кікінежді. – К.: „Академія”, 2004. – 308с.

10. Горошко Е.И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. – Харьков; Москва: Изд. Группа «РА – Каравелла», 2001.
11. Горошко Е.И. Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. – Харьков; Москва: Изд. группа «РА – Каравела», 2001.
12. Джонсон А. Г. Тлумачний словник з соціології / А. Г. Джонсон [пер. з англ.; за науковою редакцією В. Ісаїва, А. Хоронжого]. – Львів : Видавничий центр Львів. нац. ун-ту імені Івана Франка, 2003. – 480 с.
13. Дмитрук Н. А. Між матеріалізмом і постматеріалізмом: ціннісні орієнтації сучасної української молоді. [Електронний ресурс] / Н. А. Дмитрук // Департамент соціологічних досліджень ЦНСД «Омега». – 2017. – Режим доступу до ресурсу: shorturl.at/abRTU.
14. Дюркгейм Э. Дуализм человеческой природы и его социальные условия (Пер. с французского: Григорий Юдин) / Э. Дюркгейм.
15. Заєць І. Г. Структура та динаміка асоціативних полів лексем дівчина, жінка, хлопець, чоловік. [Електронний ресурс] / І. Г. Заєць // Волинський національний університет імені Лесі Українки. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: shorturl.at/ivMVW.
16. Зігнітко А., Михальченко М. Основи психолінгвістики: науково-навчальне видання. – Донецьк: ДонНУ, 2008.
17. Ильин Е.П. Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины. – Санкт-Петербург: Питер, 2003.
18. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Москва: ГНОЗИС, 2004.
19. Клецина И.С. Психология гендерных отношений: Теория и практика / И.С. Клецина. – СПб.: Алетейя, 2004. – 408с.
20. Климкова Л. А. Ассоциативное значение слов в художественном тексте / Л. А. Климкова // Филологические науки. – 1991. – №1. – С. 45-54.
21. Краткий политический словарь / [сост. и общ. ред. Л. А. О니кова, Н. В Шишлина]. – М. : Политиздат, 1987. – 509 с.
22. Ломоносов М.: Наука, 1986. – Т. 2: История. Филология. Поэзия.– 494 с.

- 23.Мандебура О. Сім'я як цінність у площині суспільних цінностей [Електронний ресурс] / О. Мандебура // НАН України.
- 24.Махлина С.Т. Семиотика культуры повседневности. – Санкт-Петербург:Алетейя, 2009.
- 25.Оксамитна С.М. Гендерні ролі та стереотипи / С.М. Оксамитна // Основи теорії гендеру. – К.: „К.І.С.”, 2004. – С.157-181.
- 26.Потебня А. А. Эстетика и поэтика / А. А. Потебня. – М. : Искусство, 1976. – 614 с.
- 27.Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків [Електронний ресурс] : Закон України від 08 верес. 2005 р. № 2866-IV / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2866-15> (дата звернення 05.01.2018). – Назва з екрана.
- 28.Рамси Н. Психология внешности / Н. Рамси, Д. Харкорт – СПб.: Питер, 2009. – 256 с.
- 29.Славянский асоциативный словарь. Русский. Булорусский. Болгарский. Украинский / [Н.В. Уфимцева, Г.А. Черкасова, Ю.Н. Караулов, Е.Ф. Тарасов] – Москва, 2004.
- 30.Ставицька. Л.О. Гендер: мова, свідомість, комунікація / Інститут української мови НАН України. – К.:КММ, 2015. – С.167-243.
- 31.Стернин И.А. Значение и концепт: сходства и различия // Общение. Языковое сознание. Межкультурная комуникация: сб. статей / Институт языкознания РАН. – Калуга: КГПУ им. К.Э. Циолковского, 2005. – С. 135-146.
- 32.Сурмач Я. О. Асоціативний експеримент та вербальні асоціації у психолінгвістичних дослідженнях [Електронний ресурс] / Я. О. Сурмач // КНУ імені Тараса Шевченка. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <https://naub.oa.edu.ua/2012/asotsiatyvnyj-eksperyment-ta-verbalni-asotsiatsiji-u-psyholinhvistychnyh-doslidzhennyah/>.
- 33.Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия. – М. : Наука, 1986. – 143 с.

- 34.Ткалич М. Г. Типологія гендерних стереотипів особистості / М. Г. Ткалич, Т. П. Зінченко.
- 35.Ткалич М.Г. Гендерна психологія: [Навч. посібник] / М.Г. Ткалич. – К.: Академвидав, 2011. – 248с
- 36.Уфимцева Н.В. Ассоциативный тезаурус русского языка как модель сознания русских // Языковое сознание: теоретические и прикладные аспекты: сборник статей. – Кемерово: Изд. Алтайского государственного университета, 2004.
- 37.Хомяк М. Я. Аналіз сучасних проблем в сім'ї та народжуваності в Україні. [Електронний ресурс] / М. Я. Хомяк. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: shorturl.at/egvzG.
- 38.Цимбалістичний Б. Родина і душа народу // Українська душа. – Київ, 1992. – С.66-96.
- 39.Щур Г. С. О типах лексических ассоциаций в языке / Г. С. Щур // Семантическая структура слова: Психолінгвістическіе исследования. – М. : Наука, 1971. – С. 140 – 151.
- 40.Arliss L. Gender communication. – Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1991.
- 41.European Economic Community: The Treaty of Rome 1957 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.equalrightstrust.org/ertdocumentbank/rometreaty.pdf> (дата звернення 07.01.2018). – Назва з екрана.
- 42.Gender stereotypes: definition [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eige.europa.eu/taxonomy/term/1222> (дата звернення 19.12.2017). – Назва з екрана.
- 43.Kent G. H., Rosanoff A. J. A study of association in insanity // Americal Journal of Insanity.– 1910. – v.67. – P. 37-97.
- 44.Lakoff R. Language and women's Place // Language in Society. – 1973. – №2. – P.45-79.

45. Russel W. A., Jenkins J. J. The complete Minnesota Norms for Responses to 100 Words from Kent-Rosanoff Word Association Test. – Minneapolis, 1954.
46. Strategic engagement for gender equality 2016- 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/strategic_engagement_en.pdf (дата звернення 19.12.2017). – Назва з екрана.
47. The Equal Pay Act of 1963 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.eeoc.gov/laws/statutes/epa.cfm> (дата звернення 07.01.2018). – Назва з екрана.
48. The Worldworth Dictionary of Sex. Robert Goldeston PhD. And Kenneth Anderson. – London, 1994.

ДОДАТКИ

Додаток А

Частина 1.

Шановний респонденте, під кожним словом напишіть перші асоціації, образи, поняття, що спадають Вам на думку. Кількість і характер слів необмежені.

Слова-стимули:

1. Чоловік (мужчина).
2. Український чоловік.
3. Чоловік (одружений).
4. Батько.
5. Син.
6. Брат.

Частина 2.

Шановний респонденте, під кожним словом напишіть перші асоціації, образи, поняття, що спадають Вам на думку. Кількість і характер слів необмежені.

1. Жінка.
2. Українська жінка.
3. Дружина.
4. Мати.
5. Донька.
6. Сестра.

Вкажіть, будь ласка, Вашу стать:

- Чоловіча;
- Жіноча;
- Інше.

Додаток Б

Дані асоціативного експерименту.

СТИМУЛ «ЧОЛОВІК» (мужчина)

Сила 22, мужній 7, сильний 6, жінка 5, захист 4, опора 4, високий 3, костюм 3, робота 3, тато 3, автомобіль 2, відповідальний 2, влада 2, голова сім'ї 2, допомога 2, людина 2, надійність 2, секс, агресія, айфон, армія, батько, борода, бритва, брутальний, великий, викладач, війна, він, вогонь, волосся, впертий, галантний, гарно пахне, Гейл Вінанд, голова, гордий, грубий голос, добувач, друг, дружина, зелений, ініціатива, істерика, кава, коротке волосся, косити траву, кохання, краса, майстер, мамин синок, маскулінність, мій, ніжний, одеколон, осел, перемога, підтримка, поле, розумний, руки, серйозний, сигарети, сміливий, спітнілий, спортзал, стабільність, стать, стиль, стосунки, стриманість, так, терпіння, тестостерон, товстий, турботливий, упереджений, успішний, хоробрий, чесний, чолов'яга, чоловік, чутливий.

СТИМУЛ «УКРАЇНСЬКИЙ ЧОЛОВІК»

Козак 21, сильний 7, вуса 5, патріот 5, шаравари 4, алкоголь 3, вишиванка 3, мужній 3, пияцтво 3, товстий 2, безініціативний 2, простота 2, сало 2, харизматичність 2, агресія, багато говорить, байдужість, бідний, брутальний, великий, Вернадский, високий ріст, відвага, відсторонений, віл, вільний, вірші, впертий, гараж, гетьман, господар, гостинність, Григорій Сковорода, гумор, закарпатський чоловік, заробітки, захисник, землероб, капелюх, кінь, коренастий, кум, лінійний, любить їсти вареники, людина, майстер на всі руки, медовуха, надія, національність, нестабільність, ні, опора, оселедець, патріарх, працює, продажність, різноробочий, розмахує шаблюками, селянин, сім'янин, сміливість, темне волосся, терпіння, український борщ, футбол, хазяйновитість, хлопець, ціледосягнення, чоботи, чуб, Шевченко, щедрість, щирість.

СТИМУЛ «ЧОЛОВІК» (одружений)

Обручка 20, діти 8, сім'я 7, батько 5, вірний 5, робота 5, відповідальний 4, дім 3, дружина 3, зайнятий 3, весілля 2, дорослий 2, зрада 2, недоступний 2,

сумний 2, автомобіль "Запорожець", бідний, вдома, вечори перед телевізором, відсторонений від дітей, впевненість, господар, гроші, добрий, дохід, забезпечення сім'ї, захист, зобов'язаний, зрізані нігті, зрілий, інструменти в гаражі, костюм, люблячий, має багато обов'язків, має досягнення і красуню дружину, наречена, нещасний, переглядає телевізор, підтримка, порядний, причіп, розлучення, романтика, серйозність, слабкий, сорокарічний, стабільність, стіна, стриманість, табу, так, танцюрист, тато, турботливий, хитрість, щедрий.

СТИМУЛ «БАТЬКО»

Захист 13, відповідальний 9, любов 6, мій 5, люблячий 4, підтримка 4, турбота 4, гроші 3, добрий 3, друг 3, мати 3, опора 3, робота 3, син 3, дім 2, ніжність під маскою суворості 2, опіка 2, повага 2, рідний 2, стіна 2, теплий 2, укриття 2, авторитет, алкозалежність, байдужість, безвідповідальність, борода, бурштин – дорогий і не у всіх присутній, ввічливість, весілля, вирішує проблеми, високий зріст, виховав, а не народив, голова сім'ї, груди, дитина, дідусь, донька, допомога, завжди поруч, зайнятий, запах, зрада, інтелект, кремій, лінь, людина, надія, наставник, обручка, основа, приділяє час своїм дітям, радник, рибалка і шашлик, родич, розмова, розумінням, романтика, сивий, сила, собаки, спорт, строгість, сумний, суп, так, тато, телевізор, увага, урок, щедрість.

СТИМУЛ «СИН»

Дитина 6, маленький 4, наслідник 4, безвідповідальний 3, матір 3, надія 3, радість 3, сила 3, хлопець 3, бешкетник 2, дорослий 2, емоційність 2, іграшка 2, навчання 2, немовля 2, неслухняний 2, підліток 2, підтримка 2, учень 2, футбол 2, "Голден", автобус, батьки, блондин, брат, виховання, відважний, відданий, онук, Вова, геймер, дитинство, дитяча травма, діти, дочка, дякуючий, життя, зацікавленість у порадах батька, істерика, катастрофа, кримінал, любов, майбутній чоловік, машинка, милий, молодість, найрідніший, не буде, невдячний, незалежний, обов'язок, образа, опіка, підкорення, повага, погані компанії, послух, проблеми, продовження,

розбишака, розваги футбол, розум, російська рулетка, садно, сім'я, скрипка, старший, схожий на батька, турбота, тхеквондо, чужий, шкідливий.

СТИМУЛ «БРАТ»

Захисник 11, підтримка 10, старший 10, друг 5, допомога 4, сестра 4, дитинство 4, кращий друг 3, опора 3, бійка 2, довіра 2, жарти 2, ігри 2, нема 2, обуза 2, рідний 2, сарказм 2, байдужий, вередливий, вина, високий, вова, дядько, істерика, крутий, любов, малий, мамин, мужність, народний комісар, не мій, образа, одне ціле, опіка, підстава, повага, порада, приколи, противний, розвиток, розмова, розумний, русяве волосся, сильний, сім'я, суперник, тролінг, турбот, цигарки, школа, шутки, щастя.

СТИМУЛ «ЖІНКА»

Краса 16, ніжність 10, сила 9, мати 8, турбота 4, гарна 3, любов 3, незалежна 3, тендітна 3, діти 2, догляд за собою 2, дружина 2, елегантна 2, жіночність 2, здоров'я 2, кохання 2, молода 2, ріка 2, розумна 2, спокій 2, фемінізм 2, хитра 2, берегиня роду, витонченість, вірна, влада, вогонь, вода, волосся, вона, гідність, глибокі почуття, господиня, груди, Дагні таггарт, декольте, дівчина, довге волосся, довершеність, донька, емоційність, естетика, затишок, кар'єра, квітка, мила, мінливість, мудрість, мужність, наповнення, натхнення, нігті, оберіг, опіка, охайність, підбори, працює, пристрасть, продовження роду, пустота, самостійність, сестра, сім'я, складність, співчутлива, спорт, струнка фігура, сукня, сучасна, творчість, тепло, успішна, фігура, чоловік, чорнява.

СТИМУЛ «УКРАЇНСЬКА ЖІНКА»

Сила 10, краса 8, вишиванка 7, вінки 6, голова сім'ї 4, мати 4, працююча 4, господиня 3, незалежна 3, все вмiє і все встигає 2, гарна 2, готує 2, мужність 2, повнота 2, родина 2, стійкість 2, хліб 2, чорнявість 2, безстрашна, берегиня, виховує дітей, вміння варити борщ, галасливість, діти, добра, домогосподарка, журба, завжди до всього готова, зайнята сім'єю і домашніми справами, калина, катерина, конкурентна, кохана, Леся українка, Ліна костенко, любов, матріархат, міцна, молодість, мудрість, мучениця, найгарніша, намисто,

недооцінена, незламна, ніжна, парламент, піч, прекрасна, ріка, розкутість, розпущеність, розумна, свиня, смілива, соловейко, спідниця, спокій, темперамент, тил, традиційність, у вогонь і в воду, червона помада, чоловік, щедрість, щирість, язикатість.

СТИМУЛ «ДРУЖИНА»

Підтримка 10, кохана 8, любов 8, мама 6, сім'я 5, турбота 5, вірна 4, домогосподарка 3, чоловік 3, берегиня домашнього вогнища 2, віддана 2, господиня 2, приготування їжі 2, діти 2, надійна 2, обов'язки 2, опора 2, працьовита 2, тягар 2, армія, багатозадачність, білоручка, близька людина, вечеря, військо, вінчання, втома, вчиться, гармонія, гарна, дівчина, довіра, допомагає чоловікові, завжди підтримує, законна, захист сім'ї, змучена, зрада, зрілість, кайдани, красива, Ліліан Ріарден, має бути поруч, могутня, молода, мудра, ніжність, оберіг, обмеженість, обручка, партнер, піклування про дітей, раба, розлучення, розум, розуміння, сильна, служниця, смілива, спина, страви, тендітна, тягловий кіно, уважна, хатня робота, чесна, чуттєвість, шия, шлюб, щастя.

СТИМУЛ «МАТИ»

Підтримка 18, любов 16, діти 5, моя 5, берегиня 4, захист 4, обійми 4, пестоці 4, добра 3, мама 3, найближча людина 3, сім'я 3, тепло 3, відповідальна 2, допомагає 2, жертівність 2, найкраща 2, подруга 2, спокій 2, батько 2, білий одяг, Бог, будинок, вперта, всеохопність, втомлена, гроші, дисципліна, дім, дружина, жіночність, жінка, їжа, ікона, колискова, кухар, мудра, мучениця, м'яка, найдорожча, немає, немовля на руках, ніжність, переживання, пісні, прив'язаність, радість, розумна, руки, рушник, світло, сила, субординація, тендітна, тяжкість, усміхнена, хороша, щастя.

СТИМУЛ «ДОНЬКА»

Краса 8, допомагає 4, маленька 4, помічниця 4, розумна 4, вдячність 3, добра 3, довге волосся 3, любов 3, син 3, я 3, безахисна 2, виховання 2, відповідальність 2, дитина 2, квіти 2, копія 2, лялька 2, мила 2, молодчинка 2, непослушная 2, радість 2, татова дівчинка 2, щастя 2, амбіції, бунт, віддана,

віночки, гордість, дівчинка, єдина, життя, заплітати коси, луїза фінч, мамина радість, марія, мати, навчання, надія, нові можливості, опора, перехідний вік, працююча, принцеса, продовження роду, промінь світла, результати, російська рулетка із багатьма зеро, слухняність, сміх, сукні, фея, хоробра, хороша, чесна, школа, щирість, юність, мир.

СТИМУЛ «СЕСТРА»

Підримка 13, подруга 7, брат 4, молодша 4, відповідальна 3, дитинство 3, любов 3, сварки 3, сім'я 3, старша 3, добра 2, друг 2, емоційність 2, захищати 2, конкуренція 2, поради 2, приклад 2, рідна 2, розваги 2, бавиться, близькість, весілля, вина, грає, гуляюча, двоюрідна, допомога, доросла, дружка, заздрість, зріла, коси, красива, краща подруга, ліхтарик, Марія, мед, надійна, найближча людина, не подруга, обуза, одяг, повчання, подяка, порівняння, прихована ворожба, радість, розмови, розуміння, секрети, сила, симпатія, схожість, Юлія.

Додаток В



Рис.3.1. Реакції на стимул чоловік (мужчина)

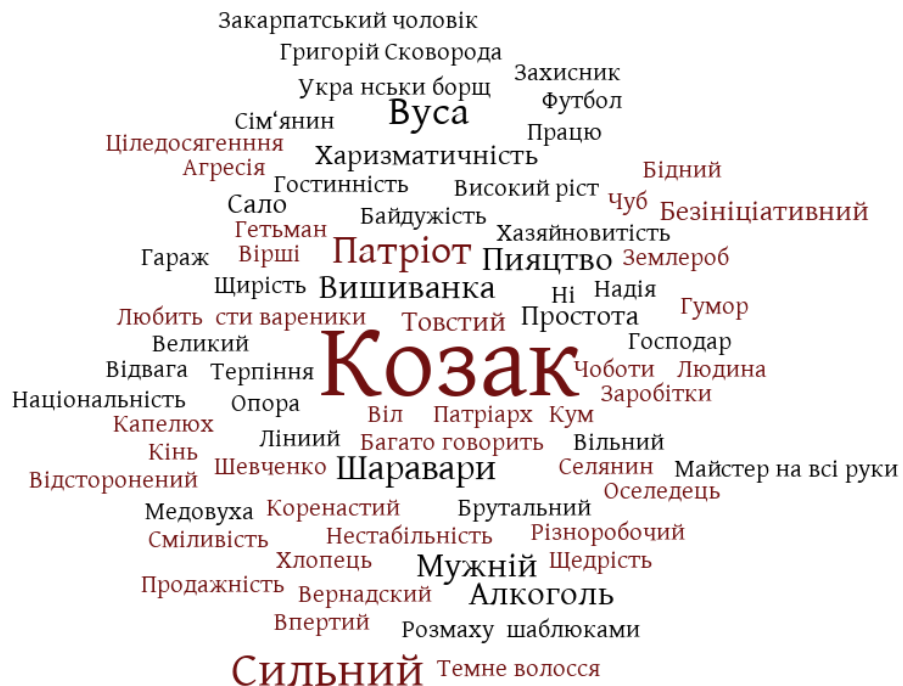
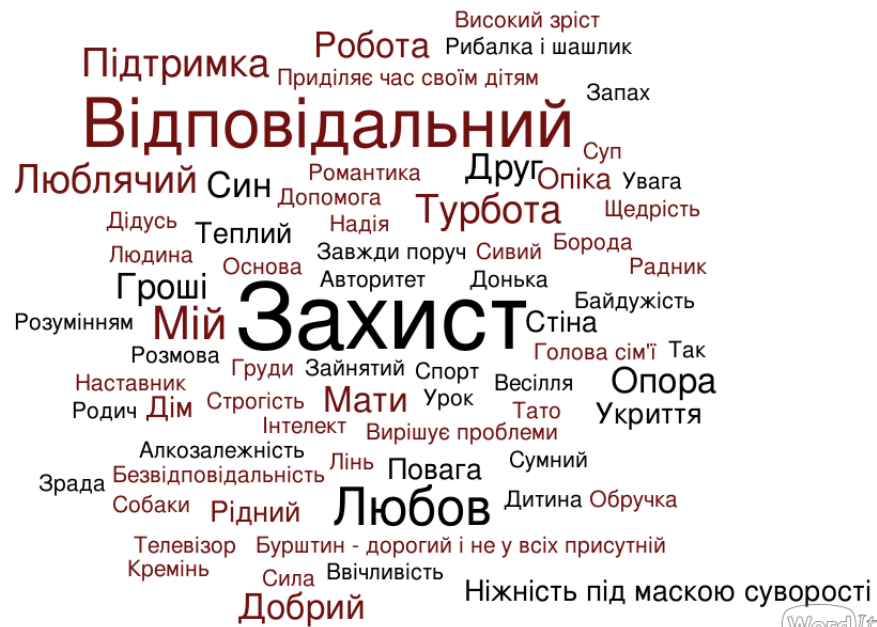


Рис.3.2. Реакції на стимул український чоловік



WordItOut

Рис.3.3. Реакції на стимул чоловік (одружений)



WordItOut

Рис.3.4. Реакції на стимул батько



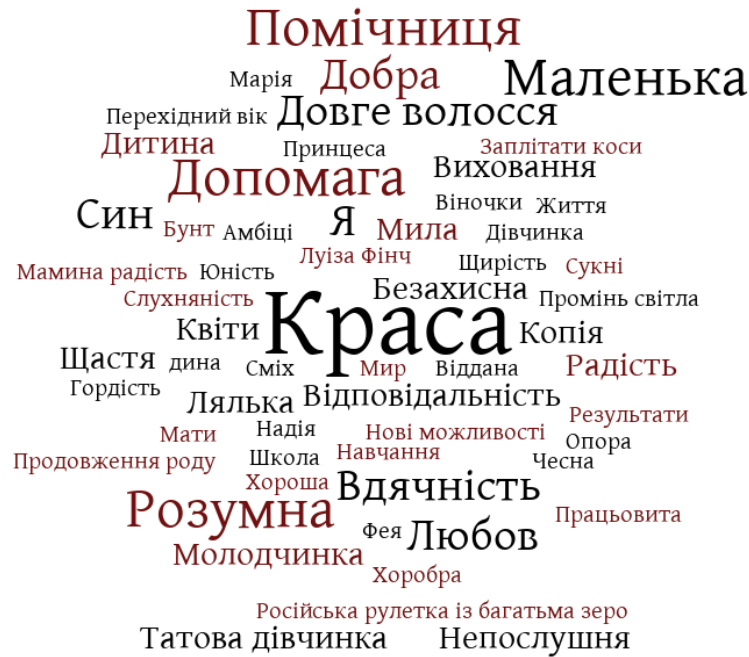
WordItOut

Рис.3.7. Реакції на стимул жінка



WordItOut

Рис.3.8. Реакції на стимул українська жінка



WordItOut

Рис.3.11. Реакції на стимул донька



WordItOut

Рис.3.12. Реакції на стимул сестра