

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра англійської філології та міжкультурної комунікації

ГЕНДЕРНИЙ ФАКТОР У СПІЛКУВАННІ ПІДЛІТКІВ

Кваліфікаційна робота
освітнього рівня “магістр”
студентки II курсу
ОНП «Англійська мова та література»
Галузь знань 03 – гуманітарні науки
Спеціальність 035. Філологія
Трохименко Дарини Олегівни

науковий керівник:
кан. філол. н., доцент *Алексєєва І.О.*

«Допущено до захисту»
Протокол засідання кафедри англійської філології
та міжкультурної комунікації
Протокол № 4 від 17.11.2022
Завідувач кафедри _____ д. філол. н., проф. Белова А.Д.

КИЇВ - 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНОГО ФАКТОРА	6
1.1 Поняття гендера у лінгвістиці.....	6
1.2 Вплив гендерного фактора на спілкування	17
1.2.1 Дослідження лексики, граматики та фонетики в гендерній лінгвістиці	17
1.2.2 Особливості «чоловічого» та «жіночого» дискурсу.....	31
Висновки до розділу I.....	39
РОЗДІЛ II. ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЯ ХЛОПЦІВ-ПІДЛІТКІВ	40
2.1 Лексичні особливості мовлення хлопців-підлітків	40
2.2 Стилiстичні особливості мовлення хлопців-підлітків	45
2.3 Дискурсивні особливості мовлення хлопців-підлітків	49
Висновки до розділу II.....	51
РОЗДІЛ III. ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЯ ДІВЧАТ-ПІДЛІТКІВ	53
3.1 Лексичні особливості мовлення дівчат-підлітків	53
3.2 Стилiстичні особливості мовлення дівчат-підлітків	56
3.3 Дискурсивні особливості мовлення дівчат-підлітків	59
Висновки до розділу III	63
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	68

ВСТУП

Виникнення поняття «гендер» у науці зумовило появу нового інтегративного наукового напрямку, орієнтованого на дослідження не біологічної, а соціальної статі. Зважаючи на специфіку основного предмета свого вивчення – закономірності репрезентації гендера, – гендерологія нерозривно пов'язана з комплексом інших наук та галузей наукового знання, що визнають антропоцентризм домінантою своїх актуальних дослідницьких парадигм, оскільки саме стать є однією з ключових індивідуальних характеристик, які неминуче опиняються у полі уваги таких наукових підходів.

Розмежування фізіологічних та поведінкових статевих ознак призвело до розвитку нових теорій про ступінь впливу соціуму на складання особистості, наслідком яких стало прагнення до детального аналізу гендерних стереотипів, що нав'язуються індивіду суспільством. Проте слід зазначити, що у більшості сучасних наукових праць практично не враховується вікова специфіка аудиторії, у свідомості якої оформлюються дані стереотипи. При цьому важливо приділити особливу увагу дитячому та підлітковому періоду розвитку особистості, коли існуючі в культурі та трансльовані за допомогою різних каналів – насамперед за допомогою мови – стереотипи гендерної поведінки свідомо та несвідомо вбираються індивідом, зумовлюючи його світосприйняття, визначаючи та нерідко обмежуючи шлях та його розвитку жорсткими рамками, в які вписано ніде не зафіксоване, але поняття норми комунікативної, що пропагується, і в тому числі – власне мовної гендерної поведінки.

Підлітковий вік характеризується найбільш контрастними психофізіологічними, соціальними змінами, які разом створюють вельми суперечливий соціально-психологічний портрет сьогоденного підлітка. Це час, коли відбувається перебудова відносин до оточуючого, бурхливо формується самооцінка, нерідко неадекватна реальним можливостям підлітка, різко зростає критичність в оцінках за явного недоліку самокритичності.

З 12 до 15 років провідним видом діяльності підлітка є інтимно-особистісне спілкування. Підліток починає серйозніше сприймати себе та свої можливості; намагається зайняти свою нішу серед однолітків, часто ігноруючи думки батьків і педагогів. Спілкування у підлітковому віці зазнає значного якісного перелому порівняно із спілкуванням молодших школярів. Пріоритетним для підлітка стає спілкування з однолітками.

Актуальність даного дослідження також зумовлена зростанням потреби лінгвістів, культурологів, психологів, педагогів у освоєнні механізмів, що надаються інтернет-простором для самопрезентації особистості, а також у адекватному та детальному визначенні тієї ролі, яку сьогодні відіграє віртуальний світ у житті підлітка, надаючи йому варіант альтернативної реальності, в якій він реалізує свої явні та приховані уявлення та бажання у сфері міжгендерних відносин та гендерного самовизначення. Самопрезентація в соціальній мережі є для сучасного підлітка одним з найбільш важливих атрибутів мовного оформлення та підтвердження самотності власного Я. Зважаючи на те, що дані процеси відносяться до реалій сучасної, що динамічно змінюється дійсності, очевидні не лише необхідність їх глибокого лінгвістичного, соціолінгвістичного та психологічного осмислення.

Мета дослідження: розглянути гендерні відмінності в спілкуванні підлітків на лексичному, стилістичному і дискурсивному рівні.

Задачі дослідження:

1. Дати характеристику поняттю гендера у лінгвістиці.
2. Розкрити особливості лексики, граматики та фонетики в гендерній лінгвістиці.
3. Показати особливості «чоловічого» та «жіночого» дискурсу.
4. Дослідити гендерні особливості мовлення хлопців та дівчат підліткового віку.

Об'єкт дослідження: особливості спілкування дітей підліткового віку.

Предмет дослідження: вплив гендерного фактору на особливості спілкування підлітків.

Матеріал дослідження: аналіз акаунтів підлітків в Instagram.

Методи дослідження: комплексний лінгвістичний аналіз тексту, контент-аналіз, дискурс-аналіз, інтертекстуальний аналіз, статистичний аналіз, анкетування, цільова вибірка, локальна інтерпретація тексту.

Наукова новизна дослідження визначається тим, що в ньому вперше було здійснено комплексний лінгвістичний аналіз текстів, що належать до популярної психологічної літератури, з метою виявлення та системного опису впливу гендерного фактора на спілкування підлітків; вперше було проведено соціолінгвістичне опитування підлітків з метою виявлення їх усвідомлених та підсвідомих гендерних уявлень, що реалізуються за допомогою активізації певних мовних механізмів.

Практична значимість роботи полягає у можливості використання отриманих теоретичних та емпіричних даних у розробці теоретичних курсів, пов'язаних із гендерною проблематикою; описані в роботі мовні стратегії впливу на аудиторію певної статі можуть бути корисні в журналістиці, знайти своє застосування у формуванні навчальних матеріалів курсів, програм та методик, що вимагають урахування гендерного аспекту при донесенні інформації адресату. Розроблена методика дискурс-аналізу акаунтів у соціальних мережах може бути корисна не тільки лінгвістам і гендерологам, а й психологам, соціальним педагогам, батькам, оскільки відкриває можливості етично допустимого зіткнення з внутрішнім світом підлітка, його прихованими фобіями та бажаннями, які спочатку реалізуються. віртуальному просторі за допомогою мовних та паралінгвістичних механізмів, розуміння принципів дії яких означає можливість запобігти їх потенційно небезпечним наслідкам.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНОГО ФАКТОРА

1.1 Поняття гендера у лінгвістиці

Людська особистість та особливості її включення до соціуму є предметом дослідження таких наук, як філософія, загальна та соціальна психологія, соціологія, педагогіка, психолінгвістика та багатьох інших.

Найважливішим аспектом розвитку особистості виступає формування психологічної статі. Починаючи з 70-х років ХХ століття, в дослідженнях, присвячених вивченню чоловіків і жінок, прийнято розділяти поняття «стать» і «гендер». У зарубіжній психологічній літературі також існують ці два терміни: «sex» і «gender». Перше поняття має фізіологічну спрямованість, наголошуючи на первинних статевих ознаках людини. Як правило, цей термін пов'язується з певними біологічними критеріями, прийнятими у суспільстві для поділу індивідів на чоловіків та жінок. Як вищезазначені критерії часто виступають генетичні, гормональні та морфологічні особливості індивіда.

Проте аналіз біологічної статі з погляду цих трьох показників уможливорює припущення про існування більш ніж двох статей – йдеться про запровадження категорії «третя стать». Так, у медицині існує термін «гермафродити» для позначення людей з вродженим невизначеним та/або двоїстим станом репродуктивної системи, а в сучасних гендерних дослідженнях останнім часом активно функціонує термін «інтерсексуали» (від англ. *intersexual person*), який називає людей, що ідентифікують самих себе як «гермафродитів за соціальними установками». Отже, з погляду біології стать є складним, комплексним феноменом. Однак у сучасних гуманітарних науках інтерес викликає насамперед те значення, яке надається суспільством статевої приналежності індивіда, і багато феноменів, які раніше пояснювалися біологічними особливостями функціонування організму, виявилися не тільки тісно пов'язаними, а й часто обумовленими культурним контекстом.

Отже, саме для розмежування природних та соціальних впливів і проявів у науці з'явився термін «гендер» (*gender*), що несе у собі поняття

психологічного та соціального виховання індивіда відповідно до його статевої ідентифікації. Вперше цей термін був використаний у 1955 році Дж. Манном, якому знадобилося відмежувати загальностатеві властивості – стать як фенотип – від сексуально-еротичних [8]. Спочатку цей термін використовувався в теоріях фемінізму – так, однією з перших наукове розуміння гендера представила Г. Рубін у своїй роботі «Обмін жінками: нотатки з політекономії статі». Однак згодом цей термін набув більш загального і широкого значення [36].

Слід зазначити, що запровадження терміна «гендер» стало революційним, оскільки заповнювало лакуну обґрунтування наявності соціальних детермінант процесів, які здавалося б, є біологічними. Але разом з тим визначення гендера як соціокультурного корелята статі, що часто з'являється, призводило до концептуальної, а як наслідок, і термінологічної плутанини. Так, оскільки стать (sex) є біологічною категорією, соціальні психологи часто посилаються на біологічно засновані гендерні відмінності як на «статеві відмінності», а отже, особливою проблемою для дослідників стало розрізнення понять «гендер» та «статева роль», зважаючи на те, що обидва вони говорять про соціальну природу особливостей, які вважаються притаманними чоловікам і жінкам і свідчать про успішне проходження процесу соціалізації [10].

Однак на сьогоднішній день можна навести чітке визначення поняття гендер, що існує в сучасній психології. Так, *гéндер* – це «сукупність тілесних, фізіологічних, поведінкових та соціальних ознак, на підставі яких індивіда вважають хлопчиком/дівчинкою або чоловіком/жінкою...» [21]. Поняття описує пов'язані з статтю особливості поведінки у категоріях маскулінності і фемінінності, оцінюють передусім систему статевих ролей/ідентичностей. Гендер відбивається у кожній дії людини, його важко змінити і від нього неможливо відмовитися. При цьому необхідно розуміти, що якщо маскулінність і фемінінність розглядати як дві незалежні соціально набуті величини, то кожен індивід має право вибору обох параметрів. Так, явище

високих показників маскулінності у жінок називається статевою андрогінією. При цьому вважається, що в сучасному суспільстві андрогенна поведінка дає жінкам безліч переваг [1].

Поняття ж статевої ролі включає уявлення про поведінкові характеристики і прийоми, що діють не завжди, тобто у певних випадках допускають відмову від них, відходження на другий план. Так, статевая роль – це нормативно схвалений зразок поведінки, який очікується від кожного представника певної статі, тоді як гендер – це діяльність зі створення подібних зразків [9].

Сучасна лінгвістика при вивченні гендеру ґрунтується не тільки на лінгвістичних принципах, а й на загальнонаукових методах та принципах аналізу, оскільки «стать людини – найважливіших екзистенційних і суспільно значимих характеристик, яка багато в чому визначає соціальну, культурну та когнітивну орієнтацію особистості у світі», а «визнання маскулінності та фемінінності концептами дозволяє перенести їх вивчення до галузі лінгвокультурології та інших наук, пов'язаних із дослідженням культури та суспільства» [2].

Поняття «гендер» у загальноприйнятому тепер значенні прийшло в лінгвістику дещо пізніше, ніж до інших наук. Термін *gender*, що означає в англійській мові граматичну категорію роду, був у певний момент запозичений з лінгвістичного контексту та перенесений у галузі інших наук.

Як говорилося раніше, це було необхідно для розмежування понять біологічної статі (*sex*) і соціального поняття. Цей термін був призначений для того, щоб наголосити на важливості соціокультурних причин статевої відмінностей. Той самий термін пізніше повернувся у мовознавство, набувши нового значення, почерпнутого у сфері соціальних наук. Але незважаючи на це, деякі дослідники досі воліють використовувати термін «стать» у своїх роботах, маючи на увазі під ним саме стать соціальну, а не біологічну,

пояснюючи свій вибір тим, що термін «гендер» недосконалий через існування еквівалентного поняття в лінгвістиці [7].

Історично гендерні дослідження пройшли у своєму розвитку три етапи формування:

1. «Алармістський» етап. Основна увага приділялася андроцентричним відхиленням у суспільних науках, критиці можливостей соціальної теорії, викладеної з чоловічої точки зору, акцентувалася увага на дефектності традиційної патріархатної епістемології.

2. Етап «феміністичної концептуалізації». Його головною метою була розробка виразних орієнтирів у феміністській теорії та практиці. Завдяки Новому жіночому руху в США та Німеччині у мовознавстві виник новий напрямок – феміністська лінгвістика (ФЛ), головна мета якого полягала у викритті чоловічого домінування у суспільному житті [10].

З погляду ФЛ, мова фіксує картину світу з чоловічої точки зору, тому він не тільки антропоцентричний, але й андроцентричний: тобто мова створює картину світу, засновану на чоловічій точці зору, від імені чоловічого суб'єкта. Феміністський закид полягає у тому, що все жіноче з цього погляду постає або як об'єкт, або ігнорується зовсім. Значна частина досліджень цього роду проводилася на матеріалі англійської та німецької мов [9].

Так, характерними ознаками патріархатності мови ФЛ називає такі особливості, як отожднення понять «людина» та «чоловік» (в англійській, французькій, німецькій мовах вони позначаються одним словом – man, homme, Mann відповідно); похідність іменників жіночого роду від чоловічого, а не навпаки, з частим привнесенням до значення додаткової негативної оціночності; стандарт мовного вибору чоловічої форми для позначення осіб будь-якої статі чи групи осіб різної статі; нерівноцінність найменування одних і тих же професій у чоловічому та жіночому варіанті (лікар/лікарка, секретар/секретарка), при цьому наявність тільки фемінінних форм для позначення непрестижних професій (прибиральниця) і тільки маскулінних – для позначення професій з високим статусом (мер, президент) та деякі інші.

Ще ранні дослідники граматики та риторики розглядали «правильний», «природний» порядок елементів у фразі, виходячи з переваги чоловічого роду над жіночим [11].

Виходячи з усього вищесказаного, ФЛ наполягає на переосмисленні та видозміні мовних норм. У цей час і виникає поняття гендера як концепту, покликаного підкреслити соціальний характер відносин між статями і виключити біологічний детермінізм, що є в понятті sex, яке пов'язує соціальну роль і очікування щодо поведінки індивіда з первинними статевими ознаками

3. «Постфеміністський» етап характеризується емпіричною перевіркою ідей, висловлених представниками ранньої ФЛ, лінгвокультурологічного та кроскультурного дослідження гендеру, залученням до аналізу матеріалу більшої кількості мов та новими осмисленнями методологічних проблем.

В даний час питаннями гендеру та мови займається, в першу чергу, соціолінгвістика – наука про мову в її соціальному контексті. У сфері наукових інтересів соціолінгвістів перебуває, зазвичай, розмовна мова, тобто спонтанна мова, що реалізується в неофіційних ситуаціях за безпосередньої участі тих, хто розмовляє з опорою на прагматичні умови спілкування. Інтерес соціолінгвістів до питань мови та статі виник порівняно недавно, оскільки раніше дослідження велися в основному серед груп, розподілених за рівнем освіти, етнічної та класової належності, віком. Жінки не сприймалися вченими як соціальна група, яка має власні права [19].

Дж. Коатс у своїй роботі «Жінки, чоловіки та мова» стверджує, що чоловіки та жінки є специфічними соціальними групами, що характеризуються особливими рисами; при цьому, оскільки в сучасному суспільстві вони прагнуть парних союзів, здебільшого, різностатевих, вони ніколи не живуть на окремих територіях і не мають власних відмінних один від одного мов. Відносини всередині цих соціальних груп та між ними відрізняються від стандартних. Так, якщо в інших соціальних групах чітко усвідомлюються межі між «своїм» та «чужим», то чоловіки та жінки швидше

схильні поводитися доброзичливо з представниками чужої соціальної групи [53].

Соціальний психолог Г. Теджфел розробив теорію внутрішньогрупових відносин, у якій виділив таку ознаку групи, як соціальний статус. Можна стверджувати, що жінки належать до групи з низьким соціальним статусом, оскільки в сучасному суспільстві їх оцінюють – явно чи приховано – нижче за чоловіків. На думку Г. Тайфеля, члени груп можуть або набувати свого низького статусу, або боротися з ним. Що стосується спроби жінок заперечувати свій статус, однією з найпопулярніших стратегій є стратегія асиміляції, тобто спроба досягти рівності та запозичити цінності більшості (в даному випадку, представників чоловічої групи) [66]. З погляду мови Дж. Коатс виділяє такі способи жіночої асиміляції з домінуючою (чоловічою) групою: використання нижчої тональності, самовпевненої, наполегливої манери спілкування, вживання лайливої та табуованої лексики, вибір типово чоловічих тем спілкування: політика, економіка, спорт. Проте Дж. Коатс бачить головний недолік подібної стратегії у тому, що з її використанні жінці доводиться переосмислювати себе з погляду чоловічих цінностей [52, с. 58].

У своїй роботі Дж. Коатс виділяє два підходи до статевих відмінностей у мові: підхід відмінностей та підхід домінування. У першому випадку чоловіки та жінки сприймаються як представники різних, але рівноправних субкультур, а в другому жінки розглядаються як залежна група, а чоловіки – як домінуюча, і на цій ієрархії вишиковуються всі припущення про мовні відмінності [53].

Д. Таннен у роботі «Ти просто мене не розумієш» висловлює припущення, що чоловік у цьому світі сприймає себе як індивідуум в ієрархічному громадському порядку, і будь-яка розмова для нього – це переговори, в яких люди намагаються завоювати та утримати перевагу. Отже, життя чоловіка – це змагання з досягнення статусу, і основу в ньому становить незалежність [67]. Жінки ж, на думку Д. Таннен, сприймають себе як індивідуумів у мережі відносин, та у цьому світі розмови – це переговори для

встановлення близькості, в якій люди намагаються отримати підтримку. Отже, життя у сприйнятті жінок – це спільність, де основу становлять близькі відносини. При цьому і тут не виключено поняття боротьби, але для жінок це боротьба не за статус, а проти можливої ізоляції. З цього випливає, що прагнення до свободи та незалежності – найважливіша складова взаємовідносин для чоловіків, тоді як взаємозв'язок та взаємозалежність – головне для багатьох жінок.

Мовні відмінності можуть простежуватися не лише на рівні граматики, фонології, лексики, але базовим поняттям для лінгвістичної гендерології є поняття комунікативної компетенції, оскільки цей термін дозволяє включити до лінгвістичного опису соціальні та культурні чинники [24].

Вперше термін комунікативна компетенція було запроваджено Д. Хаймсом (1972). Комунікативна компетенція є лінгвістично, психологічно та методично організованою системою, вона індивідуальна та динамічна і належить до класу інтелектуальних здібностей індивіда. Сферою прояву цих здібностей є діяльнісний процес, необхідною ланкою якого виступає мовний компонент (мовленнєва діяльність) [31].

Гіпотеза про те, що чоловіки і жінки різняться в плані комунікативної компетенції, що здатне призвести до комунікативних невдач (недосягнення ініціатором спілкування комунікативної мети, а також відсутності взаємодії, взаєморозуміння та згоди між учасниками спілкування) з погляду своїх власних стилів, була підтверджена дослідженнями Дж. Коатс та Д. Таннен.

Як згадувалося раніше, Д. Таннен стверджує, що для жінок мова спілкування – це насамперед мова взаєморозуміння: спосіб встановити контакт і зміцнити взаємовідносини. А для чоловіків – головним чином спосіб зберегти незалежність, завоювати і утримати статус в ієрархічному соціальному порядку. Звідси випливає, що чоловікам простіше, ніж жінкам використовувати слово, щоб привернути увагу. Тут Д. Таннен вводить терміни контактовстановлююча розмова та розмова-повідомлення як два основних види розмов, що використовуються жінками та чоловіками відповідно [67].

Дж. Коатс були виявлені глибокі відмінності між діалогами одно- і різностатевих комунікантів. У стандартному діалозі контроль за темою зазвичай розподіляється рівноправно між учасниками комунікації. Це є нормою в розмові між тими, що говорять однієї статі, але в змішаній групі чоловіки мають тенденцію домінувати. Домагатися цього можуть різними способами. Одне з основних видів порушень норми у діалогах – перебивання (interruptions). Під перебиванням розуміється ситуація, в якій наступний починає говорити репліку в той час, коли попередній все ще говорить, і при цьому місце перебивання не може бути адекватно розцінено як останнє слово у висловленні. Посилаючись на дослідження К. Вест (1997), Дж. Коатс говорить про те, що більшість перебивань виробляються чоловіками, причому у змішаних групах та по відношенню до жінки. Жінка ж воліє слідувати тактиці мовчання, причиною ж мовчання є не тільки перебивання, але й недоотримання мінімальних відповідей (як приклади мінімальних відповідей Дж. Коатс наводить типові для англійської мови *mhm* і *yeah*, для української культури такими мінімальними відповідями будуть вважатися вигуки ага, ммм, так і т.д.). Мінімальні відповіді є способом вказівки на зацікавленість слухача стосовно висловлювання того, хто говорить [53]. Така поведінка демонструє процес уважного сприйняття інформації. Воно також створює контактостановлюючу розмову, підкреслюючи взаємозв'язок і спонукаючи продовжити розмову. Д. Таннен наголошує, що зазначені вище сигнали мають різне значення для чоловіків і жінок у межах ситуації «той хто говорить – аудиторія» [57, с.28].

«Так», сказане жінками, означає «Я тут, я слухаю», в той час як чоловіки схильні говорити «так», тільки коли вони згодні з тим, хто говорить. Звідси часті випадки образ та нерозуміння: коли чоловік починає обмін інформацією, націлюючись на розмову-повідомлення, він відчуває нудьгу та розчарованість, якщо виявляється, що говорить тільки він, тоді як жінка просто намагається його вислухати до кінця. Не розуміючи цього, оскільки ця мовна стратегія значно відрізняється від його власної, він може дійти висновку, що його

слухачка обрала пасивне сприйняття інформації просто тому, що їй нема чого сказати. Крім того, коли чоловік стикається з жінкою, яка вимовляє свої мінімальні відповіді «так, так, так», а потім виявляється, що вона з ним не погоджується, він може вирішити, що вона була нещира чи погоджувалася, не слухаючи. А коли жінка розмовляє з чоловіком, який, навпаки, не дає їй певного набору мінімальних відповідей, вона може подумати, що він її не слухає. Доречно додати при цьому, що під час розмови з жінкою чоловіки можуть навмисно використовувати перебивання та відсутність мінімальних відповідей, заперечуючи цим право жінки на управління темою бесіди. Цікаво, що, як пише ДЖ. Коатс, вивчення діалогів між дорослими та дітьми виявляє аналогічну модель: дорослі зловживають системою, щоб контролювати тему розмови [52].

Чоловіки і жінки здебільшого віддають перевагу різним темам для обговорення, і прийнято вважати, що «серйозними» вважаються такі теми як спорт, економіка, політика, автомобілі, тобто переважно «чоловічі».

Чоловіки часто перестрибують з однієї теми на іншу, рідко говорять про себе, відповідають на відвертість співрозмовника так, ніби до них звертаються за порадою, прагнуть довести, що найкраще орієнтуються у поточних подіях [29].

Вони конкурують за панування у веденні бесіди і через якийсь час встановлюють стійку ієрархію, де домінують деякі члени, а решта каже дуже мало.

А теми, до обговорення яких схильніші жінки – виховання дітей, особисті стосунки, – автоматично вважаються «тривіальними» як такі, що відступають від норми. У спілкуванні між собою жінки часто можуть обговорювати одну й ту саму тему протягом півгодини або навіть більше. Вони діляться переживаннями і, на думку Д. Таннен, прагнуть висловити одне одному співчуття і підтримати шляхом безпосереднього порівняння ситуації співрозмовника зі своїм досвідом [67]. Жінки шанобливо ставляться одна до одної, дотримуються черговості у розмові та вибачаються за те, що багато

говорять, не заохочують домінування у групі. Вони схильні розглядати розмову як можливість обговорити проблеми, поділитись досвідом. У цьому плані всі жіночі розмови можна класифікувати як терапевтичні. Більше того, для більшості жінок сам сенс дружби полягає в зустрічах і розмовах про те, що відбувається в їхньому житті, мати подругу для жінки означає, що принаймні одна людина розумітиме і прийматиме її такою, якою вона є.

Якщо нема з ким поділитися справжніми почуттями, жінка відчуває болісну ізоляцію. Однак не можна стверджувати, що чоловіків не турбують теми особистих взаємин. Різниця полягає в тому, що, за результатами дослідження Д. Таннен, більшість чоловіків вважає за краще обговорювати свої проблеми з подругами, а не з представниками своєї статі [67].

Одним із найцікавіших та дискусійних, з погляду Дж. Коатс, питань є запровадження У. О'Барр та Б. Аткінсом (1980) на основі праць Р. Лакофф терміна жіноча мова (ЖМ) – Women's language. На думку вчених, ЖМ має десять особливостей [52]:

- ✓ Наявність обмежувачів (напр. Sort of, kind of).
- ✓ Наявність надвічливих форм (Would you please).
- ✓ Розчленовані питання.
- ✓ Інтонаційний наголос, емпатичний so – або говоріння «курсивом».
- ✓ «Порожні» прикметники (sweet, charming, adorable).
- ✓ Гіперкоректна граматики та вимова.
- ✓ Нестача почуття гумору, наприклад, невміння розповідати анекдоти.
- ✓ Пряме цитування.
- ✓ Особливий лексикон, наприклад, спеціальні колірні терміни.
- ✓ Питальна інтонація у декларативних контекстах.

Але дослідження У. О'Барр і Б. Аткінса, створені задля вивчення ЖМ, сприяли наступним висновкам: ознаки ЖМ не тільки не характерні всім жінкам, а й не обмежуються лише жіночої промовою. Зокрема частина

зазначених вище ознак ЖМ пов'язана не тільки (і не стільки) зі статтю мовця, скільки з його соціальним статусом і досвідом. На основі зроблених висновків У. О'Барр та Б. Аткинс дали мовним особливостям, які зазвичай асоціюються з жіночою мовою, нову назву – мова слабких. У нашому суспільстві жінки мають меншу владу, ніж чоловіки, тому для багатьох жінок дійсно типово використання «мови слабких», але це результат їх соціального становища, а не статі, оскільки чоловіки, які мають низький соціальний статус, інтелект або досвід, також можуть говорити цією мовою [30].

Численні спроби розмежувати чоловічу та жіночу мову, враховуючи той факт, що це все ж таки різновиди однієї мови, а не дві різних структури, зумовили виникнення поняття гендерлект, вперше вжитого Д. Таннен у значенні постійного набору ознак чоловічої та жіночої мови [67]. Однак можна стверджувати, що «відмінності в чоловічому та жіночому мовленні не такі значні і виявляють себе не в будь-якому мовному акті і в цілому не свідчать, що стать є визначальним фактором комунікації» [32], що спростовує початкові постулати ФЛ. Тому Д. Таннен, виходячи з думки, що чоловіки та жінки – це представники різних соціальних груп, використовує поняття «гендерлект» для опису міжкультурної комунікації статей.

Деякі предмети та дисципліни ідентифікуються у підлітків зі статтю викладача. Тим самим програмується і вибір професії залежно від статі – математика, програмування, фізика краще для чоловіків, тому що саме ці предмети найчастіше викладають чоловіки, а література, іноземна мова, музика – для жінок. Однак парадокс сучасної загальноосвітньої школи полягає в тому, що зміст навчальних планів має швидше природничо-наукову спрямованість – якщо йдеться про звичайну середню школу, а не про спеціалізовані профільні гімназії та класи – а значить, в основному чоловічий ухил. Однак здійснюють цю стратегію, в основному, вчителі-жінки, які висувають вимоги, які швидше здатні виконати дівчатка, – старанність, посидючість, дисциплінованість, акуратність, покрокове виконання завдань за алгоритмом. Хлопчики ж, як правило, виявляються успішнішими на етапі

власного логічного пошуку, що не завжди вітається в сучасній шкільній системі. Отже, хлопчики вимушено виявляються такими, що програють «на власному полі» – у тих областях, у яких від них стереотипно очікують успіху [25].

Починаючи з дошкільного віку, педагоги заохочують хлопчиків до самовираження та активності, а дівчаток – до слухняності та старанності, охайного зовнішнього вигляду. З самого народження, дитячого садка і далі – у школі – батьки та педагоги надають значний вплив на формування гендерної соціалізації дитини, нерідко відтворюючи уявлення про жінок як підлеглих, залежних, ніжних, поважних, які не прагнуть досягнень, а про хлопчиків як домінуючих, незалежних, рішучих, культивуючи у своєму відношенні принципи архетипної гендерної поведінки [34].

Отже, аналіз психологічних досліджень гендера підтвердив присутність відмінностей у фізіологічному розвитку хлопчиків і дівчаток, а праці з гендерної лінгвістики довели існування відмінностей у швидкості освоєння мови представниками різних статей, а й у виборі й використанні ними мовних стратегій. Схильність жінок до ініціювання контактовстановлюючих розмов, а чоловіків – до домінування в діалозі повністю відповідає даним психології про те, що жінки мають більш розвинену ліву півкулю, що відповідає за мовленнєве мислення, а чоловіки – праву, що відповідає за образне мислення та просторові відносини.

1.2 Вплив гендерного фактора на спілкування

1.2.1 Дослідження лексики, граматики та фонетики в гендерній лінгвістиці

У роботах Дж. Градолла і Дж. Свен, проведених на матеріалі англійської мови, констатується, що для жінки характерні правильніша і стандартніша вимова [66].

Дж. Фішер у статті «Вплив соціальних факторів на вибір лінгвістичного варіанту» зазначає, що при проведенні психологічних експериментів за

методикою ТАТ з'ясувалося, що діти віком від 3 до 6 і від 7 до 10 років вимовляють залежно від статі по-різному так зване «ing»-ве закінчення. Так, дівчатка вважали за краще вимовляти як [ih:], що є стандартною вимовою в англійській мові, а хлопчики – як [in] [56].

У 70-х роках Л. Мілрой вивчала промову мешканців м. Белфасту. Її цікавив зв'язок між соціальним статусом мовця та його статтю. Досліджувалися особливості вимови певних звуків, наприклад, [ʔ], [a] в англійській мові. Вона встановила, що найсильніші відмінності в особливостях вимови між чоловіками та жінками спостерігалися у представників нижчих верств робітничого класу (різноробочих). Жінка частіше вимовляла звук [a], у словах типу «man», «hat» (стандартна вимова), чоловік ж вимовляв цей звук сильно редукуючи, практично перетворюючи його на [ʔ], ([m'n], [h't]). Частота відмінностей у вимові значно знижувалася з підвищенням соціального статусу та рівня освіти [61].

Багатьма дослідниками зазначалося, що жінка взагалі схильніша до стандартної і більш нормативної вимови, ніж чоловік [60, 69].

Мова чоловіків і жінок також різко відрізняється за тембром і висотою. Що ж до таких просодичних елементів мови як, наприклад, інтонація, то у багатьох випадках «інтонаційний малюнок» жіночої мови відрізняється від чоловічої. Так, в англійській мові була виділена преференція жінки до так званої «rise-fall-rise» («підйом-опускання-підйом») типу інтонації: інтонаційний малюнок також більш різноманітний у жіночій, а не в чоловічій промові, тобто. фонетичні суперсегментні характеристики як на рівні сприйняття (висота тону, гучність, його тривалість), так і на фізичному рівні (частота основного тону, інтенсивність, час) також суттєво різні та утворюють те, що ми називаємо жіночий та чоловічий голос.

М.К. Джиннет стверджує, що жіноча інтонація набагато динамічніша, з більш широким діапазоном висоти та частішою, швидкою зміною голосу. Закінчення фрази в жінок теж, зазвичай, не так знижується, як в чоловіків [61].

Цікава робота була проведена А.М. Холодом зі сприйняття чоловіками та жінками різних звуків. Ним була висунута гіпотеза, що носії рідної мови чоловіка і жінки, що мають тенденції до розладів у сексуальній діяльності, у своїй мовній практиці вважають за краще використовувати («люблять») певні звуки. Діапазон таких звуків гіпотетично визначається типом психосексуального розладу. Висунуту гіпотезу було підтверджено експериментально. Справді, психосексуальні розлади маркуються у мові носія мови, при цьому якість і «щільність» (частотність) улюблених звуків залежить передусім від характеру випробуваного, його статі і від типу розлади [45].

Щоправда, слід зазначити, що різниця між чоловічою і жіночою промовою лежить не тільки у фонетиці і фонології, а й у лексиці. Саме відмінностям в організації чоловічого та жіночого словникового складу присвячено найбільшу кількість лінгвістичних досліджень, починаючи з роботи О. Есперсена. О. Есперсен зауважив, що за своїм обсягом «жіночий» словник, жінка користується як би ядром словника (усталеним шаром лексики), тобто лексичними одиницями з вищою частотою використання в мові, тоді як чоловік вживає більше неологізмів, професіоналізмів і архаїчних форм слів, якщо не в змозі підшукати їм більш уживані слова та висловлювання. На думку О. Есперсена, чоловік більш індивідуальний і у виборі слів. Дослідження, що проводилися на матеріалі російської, а згодом в'єтнамської мов підтвердили гіпотезу О. Есперсена про різну організацію чоловічого та жіночого словника. У словнику жінок більше якесь центральне ядро слів, яке широко використовується в мові, а у чоловіка цей центральний загальноживаний шар лексики менше, зате він краще володіє різними периферійними розділами словника, тому у використанні словника чоловіком більше проявляється його індивідуальність, але ця тенденція чітко проступає лише за досить великого словникового запасу індивіда [58].

Отже, для трьох досить різних мов була виявлена стійка закономірність у створенні словника, обумовлена статевим диморфізмом. З цієї ж теми В. Ястров провів такий експеримент: 25 студентам та 25 студенткам на аркуші

паперу було запропоновано написати якнайшвидше по 100 слів, але при цьому не складати з них речення. Час написання слів було обмежено. За допомогою такого способу було відібрано 5000 слів. Аналіз даних виявив таку картину:

1. Чоловіки використовували значно більше різних слів, ніж жінки.

2. Більшість слів, відібраних чоловіком, відносилися до назв тварин, а у жінок до опису одягу та тканин, а також їжі та способів приготування страв.

3. Більша частина слів, використовуваних жінкою, описували їх безпосереднє оточення, їх особисті почуття та емоції, психологічні стани, чоловіки ж у своїх словах як би більш абстрагувалися, їхня лексика була відокремлена від свого «Я», вона не була замкнута на свій внутрішній мир.

4. Слова, обрані чоловіками, частіше римувалися або алітерувалися між собою, чоловіки надавали більше значення акустичному звучанню слів, ніж жінки [67].

Чоловіки більше жінок сприйнятливі до нового у мові, як зазначалося вище, вони вживають більше неологізмів, і навіть слів з термінологічної та професійної лексики.

Жінки більшою мірою, ніж чоловіки використовують і престижні форми слів, новомодні іноземні запозичення. Було помічено, що жінки використовують неологізми та «модні» слова у звичайній (неофіційній) розмові, але як тільки справа доходить до офіційного рівня, то жінка всіма силами прагне сама уникнути їх вживання в мові, а також виправити ці «екстравагантності», якщо чує їх від співрозмовника.

Цікаві закономірності були виявлені у використанні одиниць вульгарної та табуованої лексики, жаргонізмів, інвектив та сленгу. Двоє американських учених Ч.М. Гіллі та С. Саммерс провели експеримент на виявлення відмінностей у використанні чоловіком і жінкою вульгарної та лайливої лексики (а саме, дієслів, що мають вищезгадану конотацію).

100 студентам-психологам (50 чоловікам та 50 жінкам) Аппалачинського університету (штат Айова, США) були видані картки, де було записано один займенник і два дієслова, один з яких був з маркованим

(лайливим) значенням. У їхнє завдання входило скласти речення з цим займенником і одним із двох запропонованих дієслів. Результати експерименту показали, що чоловіки вдвічі частіше за жінок використовували дієслово з маркованим значенням [54].

Що ж до використання нецензурної лексики чи інвектив, то частота їх появи в чоловічій та жіночій мові дуже різниться. Безумовно, у промові чоловіків інвективи зустрічаються частіше. Жінка менше чоловіка в повсякденному житті схильна до використання лайок та лайливої лексики і у зв'язку з цим у мовленні жінки виникає більше евфемізмів, непрямих «завуальованих» позначень певних предметів та явищ.

В.І. Жельвіс у статті «Інвектива: чоловіча і жіноча перевага» звертає увагу на той факт, що «існують спеціальні слова, яким віддають перевагу в конфліктній ситуації насамперед жінки, і слова, характерні для чоловічої мови, але вживані жінками, які чудово усвідомлюють, що користуються «не своїми» вербальними засобами. В останньому випадку вони сприймаються як більше різкий варіант спілкування, ніж коли використовуються чоловіками...». Очевидно, деякі образи в ряді культур сприймаються настільки сильно, що вживання їх жінками вважається абсолютно неприпустимим і практично ніколи не має місця. Особливо це стосується культур, де експлетивний характер інвективного шару малоімовірний або виключно рідкісний. Такими є багато кавказьких культур. Однак у багатьох культурах жінки охоче вдаються до інвективного слововживання того типу, що у буквальному перекладі може бути носієм інших етнічних традицій неприпустимо грубим [27].

Так, в американському варіанті англійської мови жінки з будь-яким рівнем освіти можуть звернутися до інвективів типу «shit» (вульгарне найменування excrementum), а у випадках крайнього роздратування навіть до чоловічих коїтальних інвективів [15].

Використання інвективів жінкою входить у суперечність із засвоєним нею стереотипом поведінки та її соціальною роллю. Переосмислення, ламання

цього стереотипу стає джерелом додаткової психологічної, емоційної напруженості, що ще більше посилює експресивну насиченість мови. Для жінки значення інвективи семантично неспустошено і вживаючи ту чи іншу лайку, вона хіба що представляє її реально («навіч»); тяжіння ж жінки до конкретності та розгорнутості у використанні інвектив та вульгарної лексики нерідко надає останнім специфічного, тяжко-цинічного характеру.

Особливо це проявляється у гостроконфліктних ситуаціях чи текстах, які описують сімейні чи інтимні боки людських відносин. Дослідження, що проводилися на матеріалі англійської, німецької та іспанської мов встановили, що жінка у своїй промові намагається уникати елементів «панібратського» звернення, тобто вживання кличок, прізвиськ, принизливих звернень-номінацій [16].

Слід зазначити, що відмінності як в обсязі словника, так і в його якісному складі, обумовлені статевим диморфізмом, сягають своїм корінням у глибоке минуле. Так, у стародавній Індії тільки чоловіки могли говорити на санскриті, жінки ж розуміли його, але у суспільстві мали користуватися лише панкритом [17].

М. Адлер, описуючи мову індіанців племені сан-блас, стверджує, що в цій мові існувала як би напівсекретна підмова, відома тільки частині чоловіків племені і вживана виключно старійшинами, знахарями і в особливих релігійних і ритуальних випадках, жінкам взагалі заборонялося її використовувати, хоча вони її чудово розуміли [47].

О. Есперсен, вивчаючи мову Яна, зауважив, що в жінок для всього, що описує сексуальні відносини, існували свої власні слова, що відрізняються від слів, які вживаються чоловіками [58].

Жінки, як правило, використовують евфемізм і парафрази, для позначення всього, що стосується інтимних і сексуальних сторін життя, принаймні в західних культурах.

Заслуговують на особливу увагу і дані, що відносяться до відмінностей в організації словника позначень кольорів, обумовлені статевим диморфізмом.

Словник позначень кольорів за обсягом у жінки істотно ширше, ніж у чоловіків. Вона вживає більше специфічних назв квітів, багато з яких є іноземними запозиченнями (пор. «муар», «перванш» і т.д.).

Вчені з Гарвардського університету Н. Стеклер і У. Купер провели наступний експеримент, а саме: великій групі піддослідних (статевий склад групи був розділений порівну) було запропоновано завдання описати кольори світла, який їм видали на малюнку нерозфарбованим, тобто не потрібно словесно його «зафарбувати» [59].

В результаті було отримано наступну картину:

1. Жінка використовувала більше специфічних назв кольорів, а чоловік назви насичених тонів та комбінації з назв основних кольорів спектру.

2. Жінки віддали перевагу рожевому, темно-червоному, жовтому і блакитному кольору, тоді як чоловікам «сподобалися» сірий, коричневий і зелений колір. У ході дослідження було помічено, що там, де чоловік називає світл світло-блакитним, жінка каже, наприклад, ультрамарин чи аквамарин.

Дж. Франк з Джорджтаунського університету вивчала використання колірної реклами в журналі мод і у зв'язку з цим «чоловічий» та «жіночий» вибір кольору. Отримані дані вчена пояснює відмінностями у сфері занять та влаштуванні перцептивного апарату жінки та чоловіка.

Психолог Н.Н. Ніколаєнко досліджував здатність до ідентифікації та називання кольорів чоловіками та жінками в період пригнічення правої або лівої півкулі мозку, викликаного одностороннім електрошоком. Відмінності, викликані у сприйнятті та використанні кольорів (переваги чоловіків та жінок у використанні теплих та холодних тонів, основних та допоміжних назв кольорів), вчений відносить за рахунок міжпівкульної асиметрії головного мозку та особливостями у спеціалізації півкулі мозку чоловіка та мозку жінки [32].

Вчений вважає, що півкулі мозку асиметричні у сприйнятті та позначенні кольорів. Права забезпечує словесне кодування основних кольорів за допомогою найпростіших високочастотних назв (червоний, синій). Ліва

півкуля забезпечує словесне кодування кольорів за допомогою відносно рідкісних у мові, спеціальних та предметно співвіднесених назв. При пригніченні лівої півкулі з лексики зникають такі назви проміжних кольорів, як помаранчевий, теракотовий, вишневий, колір морської хвилі. В цілому ліва півкуля не фіксує жорсткі зв'язки між предметом і кольором, кольором і словом, словом і складним кольором. В основі діяльності лівої півкулі лежать широкі асоціативні зв'язки поняття зі словом, відносно відірвані від конкретно-чуттєвого аналізу предметного світу. Ці дані отримані при вивченні хворих, які зазнали унілатерального електросудомного лікування з функціональним пригніченням правої чи лівої півкулі. Н.Н. Ніколаєнко на основі цих даних говорить про існування двох систем впізнавання кольору об'єктів. Система правої півкулі відповідає за «ізоморфне чуттєве відображення якості предмета», ліве – за понятійне його відображення.

Особливостями у спеціалізації півкуль мозку чоловіка та мозку жінки, на думку деяких учених, можна пояснити і суттєве переважання у словнику чоловіків слів, що описують просторові та кількісні відношення.

При вивченні відмінностей у «чоловічих» і «жіночих» слововживаннях зверталася увага на частоту зустрічності тих чи інших словосполучень, слів і стійких виразів, переважно використовуваних чоловіком або жінкою [38].

Було помічено, що жінка у своїй промові значно частіше за чоловіка використовує здвоєні форми прикметників «teeny-weeny», «titsy-bitsy» (англ.: крихітний, маленький), аббревіатури, слова зі зменшувальними суфіксами (кішечка, ложечка, cutie (англ.: приваблива молода жінка), meanie (англ.: придира)) та приставкою «mini» (miniskirt, (англ.: міні -спідниця)), модальних частинок, прислівників, що закінчуються на «ly» (в англійській мові), а також прислівників, що виражають значення «наближення до чогось» (біля, поряд, nearly, about (англ.)).

За спостереженнями Л. Хіршман чоловіки і жінки використовують у своїй промові різні вигуки. До «чоловічих» вигуків вчена зараховує «Oh, well, so and, Oh, my Lord», а також такі «слова-наповнювачі», як «Yeah, right», до

жіночих – «Good heaven, oh yes- quite, my goodness, oh dear». Вчена також вважає, що існує ціла низка англійських прикметників, набагато більш уживаних жінками, ніж чоловіками [42].

У роботі Е.М. Бакушевой, присвяченій вивченню французької мови, наголошується, що деякі дискурсивні слова виявилися у французькій мові суто «чоловічими», до них відносяться уточнюючі прислівники щодо способу вираження думки: «globalement, finalement, spontanement, generalement, forcement, honnetement, en revanche, egoitement». Можна говорити і про диференційоване використання вигуків. У чоловічій мові частіше використовуються вигуки інструктори «Allon, En bien», в яких емоційний елемент у значенні ослаблений, а в жіночій мові зустрічаються частіше вигуки «Ah, Oh» [3].

Однією з характерних рис жіночої мови є використання оціночних прикметників. Чоловік, якщо і використовує оціночні прикметники, то швидше за ті з них, які визначають кількісні та параметричні відношення. На думку тієї ж Л. Хіршман, жінка швидше скаже «awful» або «pretty» замість «very» і «so» (кількісні підсилювальні частинки, що означають велику кількість в англійській мові).

Взагалі, однією з відмінних рис жіночої мови є вживання слів з спустошеною семантикою («жахливо цікавий», «страшно красиво», «furchtbar sus» (нім.: страшно солодкий), «schrecklich schon» (нім .: жахливо красивий), «Fi done» (фр.: жахливо зроблено).

Т.Б. Крючкова експериментально вивчала особливості чоловічої та жіночої писемної мови. Було взято 20 текстів художньої прози (10 жіночих та 10 чоловічих). У всіх текстах підраховувалося кількість вживань тих чи інших частин мови. Статистично значущими були визнані такі відмінності: жінка вживала більше займенників та частинок, а також у жінок спостерігалася тенденція до більш частого вживання часток «не-ні», а у чоловіків до більш частого вживання іменників [27].

А.М. Холод з метою описати прагматичні характеристики чоловічого та жіночого стилю промови просив студентів (чоловіків та жінок) письмово «в 10 пропозиціях розповісти про що-небудь або про кого-небудь за допомогою приємних і красивих слів». Далі підраховувалася кількість іменників чоловічого, жіночого та середнього роду та кількість речень у досліджуваних текстах. Дані експерименту дозволили констатувати таку картину:

1. Середня кількість пропозицій у випробуваних-чоловіків була меншою, ніж у жінок.

2. У середньому чоловіки вживали іменники частіше, ніж жінки.

А ось при вивченні усного, спонтанного мовлення поволзьких німців А.А. Вейлерт зробив спробу проаналізувати за допомогою статистичних методів кількісні відмінності у вживанні деяких граматичних форм у двох аспектах, обчислюючи їх відносну частоту вживання та частку. Різниця часток у чоловіків і жінок була істотною для чотирьох частин мови: у дієслів – на користь жінок, у прикметника і прислівника – на користь чоловіків. Також було встановлено, що абстрактні іменники, а з конкретних іменників – власні імена мають суттєві розбіжності у чоловіків і жінок. Перші вважають за краще використовувати чоловіки, другі – жінки. Номінальних іменників також було зареєстровано більше у промові чоловіків. Вивчалось також багатство словника, яке виявилось значно вищим у жінок [43].

Д. Варшей попросила 263 студентів технічних спеціальностей університету описати якісь події з їхнього минулого, які мають важливе значення для них. У відібраних у такий спосіб текстах підраховувалося відношення числа дієслівних до іменних форм, кількість словоформ, а також проводився смисловий аналіз тексту. Було встановлено, що в порівнянні з жінками чоловіки були менш словонаселені, більше вживали дієслівних, ніж іменних присудків, при описі робили більше посилянь на тимчасові періоди, хоча слід зазначити, що жінки, а не чоловіки використовували точніші тимчасові відрізки [8].

Чоловік найчастіше у своїй промові вживає інструментальні та об'єктні відмінки, а жінка – присвійні та цілі. При описі дій чоловік також частіше використовує об'єктні відмінки [42].

Цікаві спостереження були зроблені щодо модальності і використання статтями модальних засобів у мові. Саме тут між чоловічою та жіночою промовою відмінності проявляються найбільше. По-перше, було помічено, що жінка використовує частіше модальні дієслова минулого часу: «Mihgtn't it be the case that ...?», «Would the relationship ...?» (приклади з англійської мови).

По-друге, частотні характеристики у використанні різних модальних дієслів суттєво коливаються для чоловічого та жіночого мовлення: в англійській мові, наприклад, чоловік віддає перевагу «can», а жінка «may», при використанні дієслів «to be» і «to have» як модальних, то «to have» як модальне, а не смислове дієслово і «to be» як заступник модального дієслова «must», що виражає обов'язок у два рази частіше вживається жінками. По-третє, в жіночій мові значно частіше присутні вступні слова та висловлювання, що виражають різний ступінь впевненості того, хто говорить, а також посилення на власну або якусь іншу думку, а також для посвідчення в іншій думці (probably, possibly, certainly, I think, I suppose, You see, to seem, to my mind), які, зазвичай, у позиції початку пропозиції. Дж. Холмс підрахувала, що жінки в 5 разів більше за чоловіків використовують у своїй промові конструкцію «You know». По-четверте, в силу ввічливішого характеру своєї промови жінки використовують засоби так званої подвійної модальності («модальне дієслово + прислівник»): «I was wondering if you could possibly just do me a small favour» або «If you couldn't mind.» [40].

У жіночій промові частіше можна зустріти і словосполучення «I think + модальний прислівник»: «I think you just sort of talk it out».

Н. Конклін, американський психолог і лінгвіст, припустив, що превалювання саме в мові жінок модальних засобів мови «можна пояснити за рахунок невпевненості, невизначеності та нерішучості жіночої мови в цілому» [26].

У силу того, що жінка емоційніша за чоловіка, то в мові це відображається у більшому вживанні одиниць афектованої лексики («riesig klein» (нім.: страшенно маленький), «awfully pretty», «terribly nice» (англ.: страшно симпатичний), різного плану інтенсифікаторів, часток, оклику пропозицій («Що за прекрасна погода», «What lovely earrings!» (Що за чарівні сережки!). В мовленні жінки простежується і глибша гіперболізація, а також вища частота використання тропів (метафор, порівнянь, епітетів): «I'd just die» (англ.: Я б просто померла), «He'll never forgive me» (англ.: Він ніколи не простить мене).

У дисертації Е.М. Бакушевої вказується, що у французькій мові жінка частіше за чоловіка супроводжує свою промову емоційно-оцінними прислівниками «malheureusement», «heureusement», жінки також частіше за чоловіків звертаються до метафоричного значення прикметників, часте використання образної метафори в мові одне з найбільш яскравих відмінностей між чоловічим та жіночим стилем мовної поведінки. Емотивні пропозиції в мові жінки в 1,6 рази більше, ніж у мовленні чоловіків [3].

Жінка більше чоловіка зосереджена своєму внутрішньому світі, звідси й більше слів, що описують почуття, емоції, вживання дієслів, що виражають емоційно-психологічні стани людини. В силу підвищеного емоційного рівня у жінок і вища зустрічальність у мові еліптичних та інвертованих конструкцій [29].

При вивченні вербальної поведінки статей зверталася увага і на синтаксичний рівень мови. Вже О. Єсперсен зауважив, що жінки та чоловіки утворюють свої пропозиції по-різному, наприклад, у промові чоловіка часто можна зустріти складний, заплутаний або, як його називає О. єсперсен, «рваний синтаксис»: додаткові пропозиції знаходяться частіше всередині додаткових, додаткове означення частіше може перебувати всередині додаткової причини чи навпаки, нагадуючи при цьому «китайську шкатулку» [58]. Пояснюючи думку О. Єсперсена, англійський лінгвіст П. Сміт стверджує, що чоловік, як правило, вводить одну пропозицію в іншу, вкладає їх одна в

одну, приблизно за такою синтаксичною схемою {[[[]]] }. Жіночий синтаксис – це як «нитка перлів», де перлини нанизані одна щільніше іншої, О. Есперсен називає це координацією (приблизна схема [], [], [], тобто. чоловікам властивий гіпотаксис, а жінкам паратаксис). Це відбувається через те, що у чоловіків нерідко перед висловлюванням відбувається етап аналізу, класифікації, категоризації, що і проявляється у схемі синтаксичної структури, що наводиться О. Есперсеном. Вони менш схильні до послідовного аналізу в мисленні і воліють видавати інформацію як би частинами, що і призводить до нагромадження, а іноді і зрощення синтаксичних структур, а також еліпсису та інверсії [58].

Для виділення своїх думок жінка також частіше використовує такі «емоційні засоби, як наголос та інтонація. При дослідженні мови жінок, носительок англійської мови, було помічено, що вони значно більше чоловіків вживають висловлення згоди і незгоди з думкою співрозмовника чи своєї власної емоції «хвостові питання» (хвостове питання – питання типу «Тобі це подобається, чи не так?», «Ти мене любиш, чи не так?», тобто все питання йде як би в кінець, в «хвіст» пропозиції).

Жінка також любить ставити питання там, де чоловік просто вжив би імператив (пор. «Зробіть це» і «Не могли б Ви зробити це?»). Більше того, жінка, вводячи питання, робить його як би персональним, звідси і набагато більша зустрічальність у її промові займенників першої особи: «I want to ask you what time it is?» (англ. Я б хотіла знати, котра година?), і «What time is it?» (Англ.: Котра година?). Типово «жіночими» є і конструкції «I wonder if» (англ. мені цікаво), It seems to me (англ. мені здається), My impression is (англ.: моє враження) [50].

Всі ці особливості мови жінок можна пояснити тим, що вона більше ніж чоловік прагне до ввічливості та коректності у мовній поведінці. В її мові набагато більше ввічливих форм слів, прохань, вибачень «I'm sorry», «Excuse me, please». Від жінки, як пише М. Адлер, який вивчав промову мешканок

Брукліна (район Нью-Йорка , США), можна майже на кожному кроці почути «May» або «Couldn't».

У промові жінок істотно частіше зустрічаються оклики, а особливо, так звані «closed-circle sentence» (називні оклики) пропозиції: «Nein, so was!», «Wissen Sie!» (нім.: не кажіть так! неймовірно!), «What a nice day!» (Англ.: Що за день!). Негативні пропозиції – швидше риса чоловічої, а не жіночої промови [48].

Дослідники наголошували і на тому факті, що чоловік більше користується дієсловами в активній заставі, а жінка в пасивній. У цій же роботі було зроблено наступне цікаве спостереження: при описі своїх «інтимних відносин з жінкою» чоловіки користуються перехідними дієсловами, а жінки ж в аналогічній ситуації вживають неперехідні дієслова (to make love to him, to go out with him, to fuck him) [13].

У промові чоловіків можна більше зустріти «апеляцій до чужої думки», тобто виносок та цитат. Цікаві відмінності, зумовлені статевим диморфізмом, були помічені у використанні звернень. Так, «чоловічі» звернення більш різноманітні, в них часто присутні якісь певні фізичні характеристики людини, до кого звертаються («ma'am» (англ.: мадам).Звернення до людини тільки за її прізвищем також є типово «чоловічим». До чоловіків звернення набагато різноманітніші, ніж до жінок, причому тільки від жінок, які перебувають з чоловіком у досить близьких відносинах, чоловік може отримати «dear», «honey», «darling» або «baby», в той час як жінка може це чути на свою адресу практично від кожного. Взагалі, у зверненнях до жінок є набагато більше фамільярності і навіть цинізму, ніж у зверненнях до чоловіків [18].

Відмінності у вербальному поведінці статей торкнулися і семантики. Наприклад, Ч. Крамер попросила 10 жінок і 10 чоловіків оцінити «що вони мають на увазі під словами «секс», «любов», «будинок»» і, використовуючи метод семантичного диференціала, дослідниця з'ясувала, що набір диференціальних ознак, що становлять значення цих слів, суттєво різний у чоловіків та у жінок [22].

Аналіз вербальної поведінки німецькомовних комунікантів показав, що у промові чоловіків оціночних висловлювань виявилось більше, ніж у промові жінок, але жінка у своїх оцінках завжди набагато категоричніше за чоловіка.

Заслуговують на увагу і результати, отримані при проведенні асоціативних експериментів. З'ясувалося, що чоловічі асоціації багатші і більш «розосереджені», ніж жіночі. Жіночі ж набагато «концентрованіші» і у них більше збігаються асоціацій. Спостерігається також сильна диференціація між асоціаціями у чоловіків та жінок.

1.2.2 Особливості «чоловічого» та «жіночого» дискурсу

При дослідженні вербальних відмінностей у поведінці чоловіка та жінки зверталася увага і на особливості дискурсу в цілому.

Так, під час діалогу в жіночій мовній поведінці виявили такі тенденції [27]:

1. Жінка була більше схильна ставити запитання.
2. Питання, як правило, задавалися з метою будь-яким чином продовжити бесіду, була завжди зацікавлена в розвитку акта комунікації.
3. Своєю незгоду з думкою співрозмовника схильна була висловлювати мовчанням, а не відкритим словесним протестом.
4. При перериванні промови, реагувала мовчанням, тобто сприймала це спокійніше, ніж чоловік.
5. Виявляла тенденцію до найчастішого використання «ви» і «ми», тобто використовувала особисті займенники, враховуючи наявність другої особи у діалозі.
6. В цілому спостерігався більш чемний характер реплік, хоча поводитися наполегливіше і була схильна до вимог, «піднесених у вигляді прохань».
7. Теми розмов, зазвичай, розвивалися спонтанно, існувала і чітка орієнтація на певні теми розмови.
8. Найчастіше вибачалася, спостерігалось нівелювання своїх міркувань.

9. Всяко, коли була згодна з думкою співрозмовника, висловлювала своє схвалення.

10. Під час бесіди отримувала компліменти значно частіше за чоловіків. Для чоловіків було характерно [16]:

1. Інтерпретувати промову співрозмовника та інформацію, яку він повідомляє.

2. Частіше перебивати співрозмовника, особливо коли він був жінкою.

3. Частіше дискутувати та заперечувати думку співрозмовника, ігнорувати його коментарі.

4. Намагатися домінувати у розмові

5. Висловлювати свої наміри прямо, без винятку, не використовуючи при цьому коректні і надто ввічливі форми слів.

6. Репліки в діалозі мають менш особистісний характер.

7. Схильний частіше розпочинати бесіду, кількість реплік чоловіка в діалозі, як правило, більша і за тривалістю вони довші.

8. Найчастіше вибирати тему розмови.

9. Більше схильні розглядати питання як джерело інформації, а не як продовження розмови.

10. Намагатися завжди в розмові вирішити проблеми, що виникли, і дати поради з цього приводу.

А.Ф. Вернер вважає, що мовні стилі чоловіків і жінок насамперед відрізняються тим, якою мірою чоловіки та жінки враховують реакцію партнера на попередні висловлювання та їх вибір та корекція у зв'язку з цим [8].

Чоловік переважно орієнтується на власне попереднє висловлювання, а жінка на висловлювання комунікативного партнера. У тому випадку, якщо тематичний фокус висловлювання партнера з комунікації не збігається з їхнім власним, жінки намагаються переорієнтувати останні, чоловіки ж сприймають таку саму ситуацію як відхилення від правильного перебігу розмови та

продовжують будувати свої висловлювання з колишньою тематичною орієнтацією.

Деякі лінгвісти, торкаючись особливостей мовної стратегії статей, кажуть, що жінка орієнтована на тактику «комунікативного співробітництва», а чоловік «комунікативного суперництва» [17].

Якщо ж розглядати мову в текстоутворюючому плані, то встановлені відмінності у схемі розвитку теми мовного повідомлення та перемикання з однієї теми на іншу.

У промові чоловіка тема зазвичай відразу ж чітко окреслюється, розкривається без відступів, перемикання відбувається різко, без видимих сполучних ланок, тоді як у промові жінки перемикання переважно здійснюються поступово, через сполучні висловлювання, різкі межі між темами відсутні.

Цікаві спостереження були зроблені і у виборі теми розмови чоловіком і жінкою.

З'ясувалося, що чоловічі та жіночі преференції у виборі предмета обговорення часто бувають дуже різні. Ч. Крамер, вивчаючи американський фольклор, і зокрема спонтанні бесіди та діалоги, зазначила, що чоловіки в основному говорили про бізнес, політику, право, податки, вік, домашні витрати, електронне підслуховування розмов, церкву, людські відносини (в основному про залицяння), про пожертвування, спорт та власне здоров'я.

Жінок ж більше цікавили суспільне життя, їжа та напої, повсякденні турботи, турбота про сім'ю та спосіб життя. Інший лінгвіст Х. Мур у 1922 р. за допомогою прихованого магнітофона, встановленого на одній з авеню м. Нью-Йорка (США), записував діалоги випадкових перехожих. Таким чином було відібрано 174 бесіди і з'ясувалося, що чоловіки між собою говорили про гроші, справи (48%), розваги та спорт (14%) та про інших чоловіків (13%). Жінки одна з одною говорили про інших чоловіків (44%), одяг та прикраси (23%), про інших жінок і хто про що сказав (16%). У парі ж «чоловік – жінка» 25% тем

розмов припадало на розвагу та спорт, 22% гроші та бізнес, жінка з чоловіком у 22% обговорювали іншого чоловіка та у 13% іншу жінку [71].

Аналогічні дослідження вже на вибірці з 481 людини проводилися і в штаті Огайо (США) та отримані дані повністю збіглися з результатами Х. Мура. А ось при дослідженні мови (записів розмов) мешканок Лондона (Велика Британія) було встановлено набагато більшу різноманітність у виборі тем діалогів [70].

Німецький лінгвіст Є. Гофман, спостерігаючи спонтанні розмови чоловіків і жінок, зазначає, що багато «жіночих» діалогів «здаються випадковими, дурними і безглуздими, вони один з одним промовляють як би монологи, не цікавлячись нітрохи у відповідь реакцією співрозмовниці. У них навіть настає комфорт від того, що почуття, емоції, думки висловлюються паралельно» [54].

У діалогічних парах «чоловік-жінка», «жінка жінка», «чоловік-чоловік» О. Бодіні було помічено, що чоловіки між собою розмовляли довше, приблизно в 1.5 рази в порівнянні з тим, коли чоловіки говорили з жінкою. В аналогічній ситуації жінки скорочували свою розмову в ті ж півтора рази. Було встановлено, що коли чоловік говорив про жінку чи жінка про чоловіка, то інтенсивність їхньої мови помітно зростала. Очевидно, цю особливість можна пояснити взаємним тяжінням статей.

Закінчуючи огляд відмінностей прагматичних характеристик чоловічої та жіночої вербальної поведінки, хотілося б відзначити таку особливість жіночої мови як прагнення вживання «престижних», орієнтованих на певний, встановлений суспільством зразок певних норм і стереотипів мовної поведінки. Звідси і ввічливіший характер мови, і відносно менша кількість помилок на рівні граматики і більша граматична оформленість мови, прагнення до вживання більшої кількості іноземних слів, копіювання в мові іноземного акценту, тоді як мова чоловіка в цьому плані видається набагато більш недбалою. Цікавий і водночас парадоксальний приклад із цього приводу можна навести з арабської мови. При вивченні мовлення жителів міста Багдада

в Іраку було помічено, що чоловіки розмовляють стандартною мовою, а жінки користуються особливим діалектом арабської мови. Але саме використання цього розмовного діалекту і є престижним в сучасному арабському суспільстві [45].

Більше того, жінки через традиції ісламу тривалий час не мали доступу до користування нормативною арабською мовою і, користуючись діалектом, вони намагалися наблизити його до стандартного, хоча й менш престижного варіанту арабської мови.

Прагнення жінок до престижності та маніфестація цього в мові Р. Траджіл, наприклад, пояснює кількома взаємопов'язаними факторами [69]:

1. Жінка гостріше за чоловіка, відчуває своє соціальне становище в суспільстві, воно менш стабільне, жінка, як правило, перебуває від чоловіка в залежному становищі.

2. Чоловік зазвичай у суспільстві соціально визначається за діяльністю, професійними якостями, по заробітку і, можливо, за будь-якими іншими здібностями. Словом, через те, що він робить у суспільстві. Для жінки це не завжди можливо, і, як наслідок, жінці необхідно почуватися в суспільстві впевненіше, тому вона краще обізнана про соціальну значущість лінгвістичних засобів і прагне як би проявити і підтримати свій соціальний статус за допомогою мови.

Жінка у своїй промові більше, ніж чоловік орієнтується на літературні форми слів і зразки мови. Крім вищевикладеного, деякі зарубіжні мовознавці вважають, що, якщо для жінки характерною реакцією на соціальну приналежність є орієнтація на «відкритий» соціальний престиж, тобто. на загально визнані норми соціальної і мовної поведінки, то в чоловіка подібна реакція може набувати протилежного характеру, пов'язана з тяжінням до так званого «прихованого» престижу, тобто на відхилення від встановлених і правил спілкування.

Окремо можна охарактеризувати відмінності в комунікативній сфері у підлітків за такими параметрами:

1) Спонтанна мовна поведінка.

Статеві відмінності відсутні за такими параметрами цієї поведінки, як вокалізація, спілкування з матір'ю, егоцентрична мова та вербальні здібності. Однак під час перегляду кінофільмів дівчатка-підлітки частіше видають вигуки, звуки та роблять коментарі – через свою більшу комунікабельність. Їм необхідно поділитися з оточуючими емоціями, які вони відчують [44].

2) Мовні можливості.

За здатністю правильно вимовляти звуки і наслідувати їх, словникового запасу, декодування та розуміння мови, вербальної поведінки, лінгвістичних здібностей статеві відмінності відсутні. Хоча у підлітковому віці у хлопчиків більший словниковий запас, вони швидше читають та розуміють прочитане. Дівчатка підліткового віку більше використовують у мові іменників, доповнень; краще розуміють аудіозаписи промови вчителя; у них менша кількість хибних асоціацій; великі здібності до словотворення; більш високі вербальні досягнення та впізнання замаскованих слів[34].

3) Розмова.

Дівчатка-підлітки охоче ведуть «сповідальні» розмови, особливо з близькими людьми, частіше говорять про свої проблеми, про себе, про свої справи, про свої взаємини з оточуючими. Вони у розмові більшою мірою приділяють увагу паралінгвістичним та невербальним засобам комунікації. Дівчатка підліткового віку інакше сприймають ситуацію комунікації, ніж хлопчики-підлітки. Дівчатка-підлітки налаштовані на співпереживання, а хлопчики-підлітки орієнтовані на практичне вирішення проблеми, практичні поради. Дівчатка-підлітки більш схильні до змін та різноманітності у спілкуванні. Під час дискусії у хлопчиків підліткового віку на першому місці теми фізичного здоров'я, безпеки та грошей, а також вони виявляють більш відкриту зацікавленість сексом. У дівчаток-підліток на першому місці питання особистої привабливості, режим дня, психічне здоров'я, манери, особисті якості, домашні та сімейні взаємини.

4) Сприйняття вербальних та невербальних сигналів.

Статеві відмінності були виявлені серед молодших школярів та підлітків. Дівчатка-підлітки перевершують хлопчиків-підлітків у розшифровці та «читанні» невербальних сигналів. Жіноча перевага виявляється найбільшою у читанні виразів обличчя, розпізнаванні осіб, знижується в інтерпретації тілесних проявів і зводиться до мінімуму в оцінках тону голосу. Існують відмінності у навичках різного реагування на суперечливе поєднання вербальної та візуальної інформації у чоловіків та жінок їхніми дітьми. Діти звикають до того, що матері кажуть їм неприємні речі, як правило, з посмішкою на обличчі. Батьки ж усміхаються, кажучи приємне, і хмуряться, повідомляючи про неприємні речі. Також, за наявності вербальної та візуальної інформації дівчинки підліткового віку більше довіряють візуальній інформації.

5) Коло спілкування.

Хлопчики-підлітки при спілкуванні з представниками протилежної статі орієнтуються переважно на однолітків, а дівчатка-підлітки, в значній мірі, на більш старших представників чоловічої статі і ніколи не вибирають молодших за себе. При цьому їх позиція щодо спілкування з особами різного віку є вкрай суперечливою. Так, вони охоче піклуються (допомагають, наставляють, доглядають) саме над молодшими дітьми. У підлітковому віці дівчатка швидше, ніж хлопчики встановлюють контакти один з одним, але ці контакти менш міцні і легко руйнуються. Число «ізгоїв» серед школярів 7-8 класів значно вище у дівчаток, хоча часто вони не усвідомлюють свого становища у класі. Дівчатка-підлітки відкидаються через особливості інтелекту чи темпераменту, а хлопчики-підлітки – через особливості характеру. Конфліктні відносини між собою хлопчики з'ясовують за допомогою сили, відкидаючи слабшого. Конфліктні ситуації між дівчатками підліткового віку вирішуються на емоційному рівні, у суперечках, бойкотуванні. Вони частіше намовляють один на одного. Серед них поширені ніжні прізвиська, тоді як хлопчики-підлітки за основу кличок беруть фізичні особливості чи прізвиська.

б) Стилі спілкування.

Чоловічий стиль спілкування з раннього дитинства виглядає активнішим і предметнішим, але водночас більш змагальним та конфліктним, ніж жіночий. Жінки з раннього дитинства переважно соціально орієнтовані; ставлять акцент на взаємозалежність; вони схильні до партнерської системи взаємодій; вони ситуативніші, привносять більше особистого у свою інтерпретацію етики; вважають, що якщо хтось потребує допомоги, необхідно втрутитися. Чоловіки ж з дитинства мають тенденцію до незалежності та домінування; вони наполегливі, самовпевнені, зосереджені, схильні до аналітичного і маніпулятивного стилю спілкування; вважають, що погано втручатися в чиесь життя, якщо їх не просять.

Безумовно, гендерні відмінності в комунікативній сфері існують і в більшість цих відмінностей проявляються саме у підлітковому віці. Проаналізувавши різні точки зору, ми дійшли висновку, що гендерні відмінності в комунікативній сфері не є генетично запрограмованими. Більшою мірою вони зумовлені соціальними факторами і тому можуть піддаватися виховним впливам та соціально-педагогічній корекції.

Висновки до розділу I

Проаналізувавши літературні джерела по темі дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Гендер – сукупність поведінкових характеристик та ролей, що визначають особистий, соціальний та правовий статус чоловіка чи жінки у певному суспільстві. У процесі аналізу існуючих робіт з гендерної лінгвістики переконалися, що мовні стратегії чоловіків і жінок значною мірою різняться. Жінки використовують розмову як спосіб встановлення контакту зі співрозмовником, а чоловіки – задля зміцнення домінуючого становища.

2. Відмінності у мовній поведінці людини, зумовлені її статтю, виявляються всіх рівнях мови, охоплюють все елементи мовної системи: від мовної здібності до основних механізмів мовної діяльності (породження, сприйняття і розуміння мовного висловлювання). Ці відмінності виявлені і в області фонетики (особливості вимови тих чи інших звуків, просодичних елементів звукового малюнка), у словотворенні морфології (частотні особливості використання тих чи інших частин мови), в організації словника чоловіка та жінки, граматичних особливостях їхньої мови (статистичного превалювання одних граматичних структур над іншими), синтаксисі (преференції у вживанні різних синтаксичних зв'язків, синтаксичної складності пропозицій), дискурсі та прагматиці (наприклад, в оціночному забарвленні предметів та явищ навколишнього світу).

РОЗДІЛ II. ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЯ ХЛОПЦІВ-ПІДЛІТКІВ

2.1 Лексичні особливості мовлення хлопців-підлітків

Головне питання, яке керує цим дослідженням, наступне: якою мірою та якими способами проявляються гендерні відмінності у сучасній комунікації підлітків? Ми розглядаємо це питання, аналізуючи чотири рівні комунікації: мікролінгвістичний, дискурсивно-прагматичний, стилістичний і візуальний. На основі літератури, розглянутої в попередньому розділі, ми висуваємо такі гіпотези:

H1: На рівні індивідуального вибору слів (мікролінгвістичний рівень) у підліткових чатах можна знайти незначну кількість гендерних відмінностей, якщо такі є.

H2: Гендерні відмінності будуть виявлені на дискурсивно-прагматичному рівні.

Зокрема: H2a. Хлопчики будуть використовувати більш наполегливу, рішучу та активну мову.

H2b. Дівчата використовуватимуть мову, яка є більш пасивною, кооперативною та поступливою.

H3: Будуть знайдені стилістичні гендерні відмінності. Зокрема:

H3a. Спілкування хлопців буде мати більш кокетливий і відверто сексуальний тон.

H3b. Спілкування дівчат буде мати більш позитивний, дружній тон.

Попередні етапи цього дослідження привели нас до висновків про існування в англomовному культурному просторі активно діючих стереотипів гендерної поведінки, що транслюються індивіду, починаючи фактично з пренатального періоду, і далі – протягом усього життя, сприяючи формуванню його власної гендерної ідентичності. Особливо значущими стали також результати, що довели, що гендерні стереотипи в англomовній культурі практично не змінилися з плином часу, що було виявлено при порівнянні типів позитивно і негативно оцінюваної маскуліної та фемініної поведінки у

комунікації серед підлітків. Однак для того, щоб твердження про функціонування виявлених вище гендерних стереотипів та їх відображення в поведінці індивідів було правомірним, необхідно експериментальне підтвердження даних висновків, що має базуватися на результатах, отриманих за допомогою аналізу поведінкових проявів та мовних реакцій підлітків, які являються безпосередніми споживачами тих медійних продуктів та зовнішніх впливів, гендерні аспекти яких були проаналізовані нами вище. При цьому, говорячи про мовні реакції, ми маємо на увазі розгляд відповідей респондентів з позиції трьох макрофункцій мови з теорії М. Холлідея, аналізуючи отримані дані одночасно як форму вираження отриманого індивідом життєвого досвіду (концептуальна макрофункція), як результат присвоєння їм соціальної ролі (соціальна або міжособистісна макрофункція) та як власне побудова висловлювання (текстуальна макрофункція).

Нами було проведено дослідження, яке полягало в анонімному письмовому опитуванні 50 школярів – учнів від 13 до 15 років. В опитуванні взяли участь представники обох статей у наступному співвідношенні: 22 хлопчики до 28 дівчаток. Опитування може вважатися валідним, оскільки респонденти були представниками різних класних колективів, соціальних груп, проживали в різних районах столиці, оскільки прийом до цієї школи проводиться на конкурсній основі і не прив'язаний до конкретного округу, а школа, в якій навчаються діти, які брали участь в опитуванні, не беруть участі у програмах з впровадження гендерної педагогіки. Опитування, спрямоване на виявлення базових гендерних стереотипів, що стосуються життєдіяльності та самореалізації чоловіків і жінок у різних сферах, було комплексним і включало різні типи завдань, спрямовані на свідому та несвідому презентацію укорінених гендерних стереотипів.

Учням обох статей було запропоновано для заповнення однотипні опитувальники, де вони мали відповісти на запитання «Як повинен/на виглядати хлопчик/дівчинка, і як йому/їй цього досягти?», навести приклади «чоловічих» та «жіночих» професій, якщо такі існують, на думку дитини, і

продовжити пропозиції: «Коли я виросту, я працюватиму, тому що», «Я хлопчик/дівчинка, і тому я намагаюся», «Я хлопчик/дівчинка, і тому я не люблю, коли».

Одним з найважливіших, на наш погляд, і несподіваних результатів став той факт, що не простежувалося ніяких значних відмінностей у відповідях залежно від віку респондентів.

Також значущим і показовим для нашого дослідження виявився той факт, що при аналізі відповідей на деякі питання простежувалися суттєві гендерні відмінності залежно від статі респондентів, а в якихось їх майже не спостерігалось, що також може бути очевидним підтвердженням форми існування певних стереотипів або ознакою як наявності, так і відсутності дискримінації у певних сферах життєдіяльності.

У першому завданні представники обох статей мали описати те, як, на їхню думку, мають виглядати хлопчики і дівчатка, а також способи, якими вони можуть досягти подібних результатів.

Візуально питання було поставлене у формі таблиці, що складалася з двох рядків і двох стовпців – відповідно передбачалося, що кожна з характеристик, запропонованих респондентом у лівій колонці таблиці («Як має виглядати хлопчик/дівчинка»), буде супроводжена у правій колонці опис механізму її досягнення. Ця таблиця займала всю першу сторінку листа А4, на якому розташовувався опитувальник.

Як має виглядати хлопчик? Як йому цього досягти?

Як має виглядати дівчинка? Як їй цього досягти?

Вибір та формулювання цього завдання були обумовлені необхідністю загалом довести або спростувати життєздатність стереотипів вітального та неприпустимого зовнішнього вигляду хлопчиків та дівчаток, виявлених нами при контент-аналізі текстів енциклопедій та розгляді гендерних установок сучасної школи.

Постановка відкритого питання, що провокує респондентів побудувати відповідь у будь-якій зручній для них формі, зумовила можливість аналізу

граматичних конструкцій та лексичних засобів, які самостійно обираються опитуваними, та порівняти їх з погляду гендерної приналежності респондентів. Використання слова повинен/на з виразом значення обов'язку та повинності у формулюванні завдання пояснюється нашою першорядною метою створити з лінгвістичної точки зору стресові умови, які змушують дитину описати не її бажані уявлення, а образ, який несвідомо сприймається ним як. норми.

Для нас мають велике значення відповіді на обидві частини даного питання, оскільки перша частина, згідно з нашою гіпотезою, повинна була служити ілюстрацією до зроблених вище висновків про існуючі гендерні стереотипи щодо зовнішнього вигляду хлопчиків і дівчаток, а друга – підтверджувати припущення про функціонування стереотипів поведінки.

Заповнення представленої таблиці загалом виявилось скрутним більшість хлопчиків і представило жодних складнощів для дівчаток. У чоловічих анкетах, на відміну від жіночих, зустрічалися прочерки, формулювання «не знаю», здебільшого були відсутні розгорнуті відповіді, а замість них використовувався перелік. Дівчатка ж поставилися до заповнення анкети з творчим підходом: у 7 роботах з 28 текстовий опис було проілюстровано малюнками, а у 2 взагалі замінено ними, часто зустрічалося колірне оформлення анкети, у 3 випадках з'явилося схематичне зображення зачісок та варіантів одягу для хлопчиків та дівчаток .

Одним із поширених способів зміни слів є подовження слова, з допомогою повторення букви в корні або афіксах. Такий прийом використовують, наприклад, для акцентування уваги на передачі емоцій.

«*This is so wonderful and loooong over due!!!*» (хлопець, 14 р.)

«*Diamond Heart or Dancing In Circles as next single pls.*» (хлопець, 15 р.)

«*She is soooooooooo hot!!!!!!*» (хлопець, 14 р.)

Особливо відзначимо той факт, що більшість респондентів обох статей активно включали в поле опису також і бажані характеристики особистості, які формально не належать до зовнішнього вигляду, часто змішуючи або

плутаючи їх з описом зовнішності. Однак для нас отримані результати мають велике значення, оскільки є яскравим свідченням того, що на сьогоднішній день якості особистості активно піддаються гендерному стереотипізуванню, і цей розподіл здається сучасним дітям навіть більш глобальним і суттєвим, ніж зовнішня відповідність гендерним вимогам своєї культури.

Отже, для кожної статі значно більш проблемною та складною виявилось завдання досягнення належного зовнішнього вигляду для представників своєї статі – і, отже, для самого себе. Розглянемо докладно відповіді кожної із статей.

З погляду лексики, відповіді хлопчиків у значно більшому ступені тяжіють до використання нейтральної лексики, практично не зустрічається жаргонізмів або лексем, властивих розмовній мові, – *to dress up\to go fashion, to wiggle*. Подібну тенденцію можна пояснити прагненням хлопчиків зафіксувати на папері не своє ставлення до дійсності та емоційне тло, а конкретні факти, які є прямою відповіддю на поставлене запитання.

У середньому кожен з хлопчиків перераховував від 1 до 5 ознак, при цьому більша кількість вимог була пред'явлена до зовнішнього вигляду дівчаток.

У відповідях хлопчиків жодного разу не зустрілося гіперкоректного вживання розділових знаків, а також описаного раніше і популярного у відповідях дівчаток «листи CAPS LOCK». Також, на відміну від жіночих відповідей, не зустріли і жодного вживання будь-яких вступних конструкцій.

У відповідях переважають прикметники: на поставлене запитання хлопчики відповідають конкретно та нерозгорнуто.

Як має виглядати хлопчик?

крутий (*cool*)

сильний (*powerful*)

розумний (*clever*)

модний (*fashionable*) тощо.

Жодних пояснень, причин та умов досягнення названих якостей практично не було відзначено, що відбивається також і на синтаксичному оформленні відповідей, у яких, згідно з вищевказаним, відсутні будь-які види складних пропозицій.

Висока частотність використання інфінітивів, а також негативних конструкцій «*not to wear*», «*not to look like*», «*not to behave*». Таким чином, відповіді хлопчиків будуються за принципом «неприємного».

При цьому, на відміну від жіночих відповідей, привертає увагу частота використання порівняльних зворотів із союзом «*as*»: *as me, as a girl, as a male, as a model*. У 22 анкетах вони зустрілися понад 18 разів.

2.2 Стилiстичнi особливостi мовлення хлопцiв-пiдлiткiв

Основною стилістичною характеристикою відповідей хлопчиків (загальна кількість проаналізованих конструкцій - 208) стало, на відміну від переважної більшості жіночих відповідей, використання не закінчених речень, а простого перерахування ознак. При цьому графічно подібне перерахування часто оформлялося у вигляді окремих пунктів, що починаються кожен з нового рядка, проте з малої літери і без завершальних розділових знаків наприкінці, що, на сьогоднішній день, є одним з характерних ознак Інтернет-комунікації. Подібний прийом оформлення відповідей зустрівся у 14 анкетах із 22.

7 респондентів відмовилися відповідати на одне або обидва поставлені питання, поставивши прочерк у якомусь із полів (або в обох), або написавши «не знаю». 3 хлопчики відповіли «не знаю» як на питання про зовнішній вигляд хлопчиків, так і на питання про зовнішній вигляд дівчаток. Трое поставили прочерк у графі про зовнішній вигляд дівчаток, один – у графі про зовнішній вигляд хлопчиків. Таким чином, соціолінгвістичний аналіз зазнав 16 повноцінних відповідей про дівчаток і 18 – про хлопчиків.

Малюнки чи колірне оформлення відповідей не зустрілися у чоловічих анкетах жодного разу. Всі хлопчики, які відповіли на поставлені питання,

відповідали виключно лаконічно, уникаючи вживання закінчених речень і замінюючи їх словосполученнями – так, повноцінна пропозиція з відповідним оформленням зустрілася у відповіді лише одного респондента: «Він має виглядати як домінуючий самець!» Нерідко зустрічалися прості односкладові (безособові) пропозиції, оформлені, як пункти перерахування.

Як говорилося вище, реакції хлопчиків були лаконічнішими, ніж відповіді дівчаток на аналогічні питання. Опис бажаної зовнішності для представників своєї статі – отже, певною мірою і для себе самої, – здебільшого включав такі ознаки, як накачанність/біцепси або спортивність/спортивна фігура – одне з цих слів або їх синонім зустрівся у 16 із 22 проаналізованих анкет. Основні механізми досягнення цього параметра, на думку хлопчиків:

– заняття спортом (16)

(З них 6 відповідей ходіння в спортзал);

- Протеїнові дієти (2).

Сама по собі поява варіантів дотримання протеїнової дієти або ходіння «to walk around» у віці учасників нашого опитування може вважатися показовою: отже, в сучасній дійсності стереотипи про необхідність відповідності певному стандарту зовнішності поширені не лише серед дівчаток, а й серед хлопчиків, і серед цього статі також відбувається культивування ідеї про власну недосконалість та необхідність болісного подолання розриву між своєю зовнішністю та проголошеною у суспільстві «нормою».

Зазначимо при цьому, що у своїх уявленнях про бажаний образ хлопчика жодна з дівчаток не згадала цей пункт, що отримав такий високий коефіцієнт важливості у відповідях хлопчиків, що, можливо, дозволяє зробити попередній висновок про одностороннє формування стереотипу про чоловічу зовнішність, спрямоване виключно на аудиторію споживачів певної продукції – наприклад, тренажерів або продуктів харчування, що містять протеїн.

Коментарів щодо вибору одягу зустрілося не так багато (12), проте ті хлопчики, які зупинилися на цьому пункті, одностайно підкреслювали, що хлопчик має одягатися стильно, але непомітно, «не надто модничати».

Негативно оцінені і винесені в неприпустимі були також такі ознаки, як надмірний догляд за собою, носіння довгого волосся, що обтягує одяг яскравих кольорів (напр. «не носити речі, що обтягують, як дівчинка» або «носити нормальні штани»). Часто їх перерахування супроводжувалося фразою не бути, як дівчинка/дівчинка, після чого, як правило, слідувала розшифровка з перелічених вище ознак, що підтверджує існування чіткого протиставлення чоловічого і жіночого зовнішнього вигляду як диференційної ознаки, що має високий коефіцієнт значущості як для дівчаток, так і для хлопчиків.

Дані результати можна визначити як свідчення життєздатності традиційних, консервативних уявлень про належний зовнішній вигляд хлопчиків, і підкреслимо, що ці уявлення, всупереч мінливим, здавалося б, стандартам, заперечують напромак, що отримав у сучасному світі назву «метросексуальність» і позначає схильність чоловіків незалежно від їхньої сексуальної орієнтації приділяти надмірну увагу своїй зовнішності. У підлітковому середовищі цей тип поведінки чоловіків, як і раніше, оцінюється вкрай негативно і є приводом для глузувань і виробництв у цьому віковому середовищі.

Однак зауважимо одну цікаву відповідь на запитання «Як цього досягти?». Вказавши у вимогах необхідність красиво і стильно одягатися, у рекомендаціях один із респондентів у віці 12 років написав: «Better to ask mum or sister for a tip», підкресливши таким чином вищу компетентність жіночої статі у питаннях моди та підтвердивши важливість думки значущих жінок у справі, як вибір свого образу. Згадаймо при цьому відповіді дівчаток, які часто негативно малюють образ хлопчиків і чоловіків, які слідують пораді своїх матерів у цьому питанні. Однак правомірно припустити, що, негативно оцінюючи вплив будь-яких інших жінок на зовнішній вигляд чоловіка, кожна

жінка охоче бере на себе роль порадики, набуваючи відповідного статусу в житті обранця.

В одному із заповнених хлопчиками опитувальників у даному полі зустрілася показова відповідь: «He has to look like a dominant male!», який є прямою і точною ілюстрацією життєздатності стереотипів гендерної поведінки, представлених у російському культурному просторі. Як саме має виглядати «dominant male» не уточнюється, проте передбачається, що це саме ті якості, які мають здатність трансформуватися у очевидні зовнішні ознаки, таким чином ми маємо справу з рефлексом особистісних якостей у зовнішніх характеристиках.

Крім того, у трьох чоловічих анкетах на запитання «How should the boy look like?» була вказана відповідь «As I am\ As me». Подібний прояв нарцисизму, жодного разу не був відмічений в анкетах дівчаток, потенційно пов'язаний з типовим «маскулінним» аспектом самооцінки – як правило, з власним фізичним розвитком та домінантною позицією в колі однолітків, що підтримується та зміцнюється їх реакціями. Також це може бути розцінено як засіб захисту власної самооцінки та/або епатажна форма самопрезентації.

Характеристики особистості були представлені в даному полі вкрай мізерно і, як правило, зводилися до таких якостей, як «power» (12), «brain» (8), а також до абстрактного поняття «крутість» (7), що включає в себе в сучасному молодіжному сленгу, насамперед, домінуючу позицію, тобто. високий статус у приватній соціальній групі.

В даному випадку нами помітили значно більше збігів між анкетами, заповненими представниками різних статей. Так, хлопчики представляють дівчинку майже такою самою, як її описали й самі дівчатка: *pretty* (20), *slim* (18), *tender* (16), *long-haired* (10), *elegant* (5). Єдині характеристики особистості, згадані хлопчиками в даному полі, – це відсутність шкідливих звичок (дівчинка повинна бути непитущою, некурячою, не вживати непристойні слова).

Подібність описаних параметрів явно свідчить про те, що стереотип про зовнішність дівчат укоренився в суспільстві значно глибше і активно діє у свідомості представників обох статей, на відміну від стереотипу про накачаного, мускулистого хлопця, який був представлений у переважній більшості чоловічих анкет і повністю був відсутній у жіночих, які продемонстрували набагато більшу увагу до особистісних характеристик чоловіка, ніж до зовнішніх.

Висновки про те, що хлопчиків зовсім не цікавлять особисті якості жінок, які могли б бути зроблені на підставі отриманих результатів, були б, безумовно, поспішними, оскільки цілком імовірно, що хлопчики просто буквально, ніж дівчатка, зрозуміли питання. Подібне пояснення підкріплюється також тим фактом, що і в описі хлопчиків хлопчиками, як описано вище, характеристики особистості були досить скупо. Однак не можна не відзначити той факт, що стереотип про ті ознаки, які, на думку нас, складають природу жіночої привабливості, широко поширений у свідомості підлітків обох статей та практично нівелює цінність природності та самотності.

2.3 Дискурсивні особливості мовлення хлопців-підлітків

Нами було проведено додаткове письмове опитування, що включало питання про значущість присутності в мережі «Фейсбук», а також про принципи вибору тих чи інших варіантів заповнення стандартизованих полів. Однією з ключових завдань проведення даного опитування як етапу дослідження облікових записів у соціальних мережах була подальша детальна перевірка відповідності між обґрунтуванням певної комунікативної поведінки у віртуальному середовищі, наведеним підлітком, та його фактичної реалізацією – нашому детальному аналізу зазнали 100 акаунтів, що належали 100 користувачам з числа 120 опитаних заздалегідь – частина респондентів (9) не були зареєстровані в мережі, а 11 володіли закритими сторінками, тому їх акаунти не могли опинитися у фокус-групі дослідження.

Опитування включало лише відкриті типи питань, які провокують респондентів давати розгорнуті відповіді, які повинні послужити матеріалом для лінгвістичного аналізу та складання порівняльної характеристики комунікативної поведінки респондентів у соціальній мережі та їх письмової мови з урахуванням гендерних особливостей.

Наша точка зору, що соціальна мережа «Фейсбук» може бути розцінена як сучасна арена для розвитку та засвоєння норм та цінностей, необхідних для розвитку як реальної, так і віртуальної ідентичності, а присутність у ній є сьогодні для підлітків маркером їх соціалізованості, може бути підкріплена відповідями тінейджерів на питання, навіщо вони завели аккаунт у цій мережі.

Відповіді підлітків, не зареєстрованих у мережі «Фейсбук», на питання, чому вони не стали заводити сторінку, також можуть бути розглянуті як доказ протилежного.

Дослідження показало, що коментарі хлопчиків-підлітків ілюструють основні причини користування соцмережами «Tiktok» та «Instagram», які можна вважати загальногендерними – можливість легкого доступу до відео та аудіоінформації, задоволення потреб у спілкуванні, пошук нових друзів, причетність до своєї соціальної групи, перебування однодумців, можливість відчути себе «таким, як усі», тобто відповідним прийнятій нормі поведінки.

Тенденція використовувати в письмовому опитувальнику слова та висловлювання, властиві інтернет-комунікації, говорить про сприйняття підлітками даних лексем та граматичних конструкцій як специфічної, але стилістично нейтральної термінології, яка застосовується у будь-якому форматі спілкування, що стосується сфери її вживання, незважаючи на адресу.

Зауважимо, що аналізу піддавалася, в даному випадку, лише та інформація, яку користувач навмисно робить доступною для всіх осіб, зареєстрованих в «Instagram» та «Tiktok», таким чином формуючи свою віртуальну ідентичність і офіційно представляючи її всією віртуальною громадськістю. Структура сайту дозволяє користувачеві самостійно, виходячи з власних побажань, налаштовувати приватність усієї сторінки, або

будь-яких окремих пунктів анкети свого облікового запису, а також включає функцію миттєвих особистих повідомлень, які залишаються недоступними погляду користувачів, не залучених до діалогу. Таким чином, у цій роботі висвітлюються висновки, зроблені на основі лише тих даних, які на момент дослідження перебували у відкритому доступі за рішенням самого користувача, і, отже, не є приватною інформацією.

Аналізуючи сторінки підлітків, ми зупинилися на розгляді деяких ключових пунктів стандартизованої інформації, яку вказують про себе користувачі. Наше припущення, як уже говорилося вище, полягало в тому, що залежно від гендерної приналежності підлітки по-різному маніпулюватимуть даними та параметрами з метою створення свого привабливішого, тобто наближеного до стереотипно-ідеального гендерного образу, оскільки саме комунікативний простір сайту сприяє розвитку різних моделей.

Для хлопчиків основними елементами формування віртуальної особистості стали використання прецедентних феноменів і квазіприслів'їв, апеляція до використання іноземних слів, використання креолізованих текстів як аватара.

«It`s better to be safe than sorry» (хлопець, 13 р.)

«First things first» (хлопець 14 р.)

Загалом можна сказати, що дискурсні засоби, використовувані хлопчиками, не такі різноманітні, і стиль заповнення відповідей на стандартизовані питання тяжіє до сухого анкетного формату. віртуальної гендерної поведінки.

Висновки до розділу II

Нами було проведено пілотажне дослідження, яке полягало в анонімному письмовому опитуванні 50. В опитуванні взяли участь представники обох статей у наступному співвідношенні: 22 хлопчики до 28 дівчаток. Опитування може вважатися валідним, оскільки респонденти були представниками різних класних колективів, соціальних груп, оскільки прийом до цієї школи проводиться на конкурсній основі і не прив'язаний до конкретного округу, а школа, в якій навчаються діти, які брали участь в опитуванні, не беруть участі у програмах з впровадження гендерної педагогіки.

Аналізуючи сторінки підлітків, ми зупинилися на розгляді деяких ключових пунктів стандартизованої інформації, яку вказують про себе користувачі. Наше припущення, як уже говорилося вище, полягало в тому, що залежно від гендерної приналежності підлітки по-різному маніпулюватимуть даними та параметрами з метою створення свого привабливішого, тобто наближеного до стереотипно-ідеального гендерного образу, оскільки саме комунікативний простір сайту сприяє розвитку різних моделей.

Основними елементами формування віртуальної особистості серед хлопців-підлітків стали використання скорочень, квазіприслів'їв, використання креолізованих текстів як аватара.

Тенденція використання мови наступна: дискурсні засоби, використовувані хлопчиками, не такі різноманітні, як у дівчат, і стиль заповнення відповідей на стандартизовані питання тяжіє до сухого анкетного формату. віртуальної гендерної поведінки.

РОЗДІЛ ІІІ. ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЯ ДІВЧАТ-ПІДЛІТКІВ

3.1 Лексичні особливості мовлення дівчат-підлітків

Щодо змісту відповідей дівчат-підлітків, зазначимо, що основними вимогами, озвученими дівчатками до зовнішності їхньої статі, стали охайність, акуратність та доглянутість. Хоча б один з цих параметрів, що розцінюються нами як синонімічні в даному випадку, зустрівся в 25 з 28 анкет. Наступним за частотністю був параметр жіночність/елегантність, зовні реалізований і досяжний, з погляду дівчат, за допомогою носіння суконь і спідниць або аксесуарів, що історично зараховуються до суто жіночих, а також особливого догляду за нігтями та волоссям, причому останні мають бути, судячи з відповідей, обов'язково довгими. На цьому пункті увагу акцентували 23 із 28 дівчаток:

«Looks like in 21st century girls must wear long dresses, elegant haircuts and stunning accessories» (дівчинка, 14 років).

«It`s very important to take care of the hair. Hair is the most beautiful part of the girl. Hair surely must be long, or until the shoulders at least. Otherwise, you would be like a boy! » (Дівчинка, 12 років).

«It`s important to choose the jewelry, earrings and bracelets!» (Дівчинка, 12 років).

«A girl must have at least one dress! Not very long as well, not very short. Lots of elegant shoes is a must! High heels only» (Дівчинка, 13 років).

Часто висвітлюваним пунктом стало також використання макіяжу. При цьому цікаво, що 10 із 15 дівчаток, які згадали цю ознаку в описі зовнішності («make up/cosmetics»), негативно відгукнулися про надмірне користування косметикою:

«The girl make up must be very tender and modest!» (Дівчинка, 12 років).

«I`m for make up, but not a lot!» (Дівчинка, 13 років).

Важливим фактором є також те, що більше половини (16 респонденток) вказали у своїх відповідях, що дівчинка обов'язково повинна стежити за модою/одягатися модно/одягатися стильно, а для цього їй необхідно:

- купувати та читати журнали (10);
- дивитися модні передачі по телевізору (2);
- читати про моду в книгах та інтернеті (2);
- слухати подруг (2).

Цілком очевидно в даному випадку, що у формуванні стереотипів і затвердженні «норм» і «стандартів» у дівочій свідомості ЗМІ відіграють першорядну і, головне, роль, що виразно усвідомлюється споживачами. Отже, важливість їх аналізу та оцінки з цієї точки зору є абсолютно необхідною при спробі виявлення способів трансляції стереотипів.

Окремого коментаря вимагає наступний параметр, згаданий 20 із 28 дівчаток. На їхню думку, дівчинка неодмінно має бути *slim/thin/not fat/sporty*. Механізмом досягнення цієї мети, на думку респондентів, є:

- Заняття спортом (11 осіб);
- Дотримання дієти (8 осіб);
- Зарядка вранці (1 людина).

Частота згадки даної ознаки, включеної в опис того, як має виглядати дівчинка, знову є яскравою ілюстрацією того, що у свідомість сучасних дівчаток справді закладаються стереотипи, нав'язані зовнішнім впливом ЗМІ (зокрема психологічної літератури), що транслюють візуальні матеріали та прямі інструкції, які пропагують стрункість і худорлявість як ідеал жіночого тіла. Наслідком цього можуть бути не тільки оздоровлюючі процедури – зокрема, заняття спортом, оскільки саме ця відповідь стала найбільш популярною у проаналізованих анкетах, а й шкідливі – такі, як дотримання дієт, що може бути вкрай руйнівним для будь-якого організму, а особливо – для організму, який дорослішає. Резонні побоювання з цього приводу викликають дуже несуттєвий кількісний розрив між першою та другою відповіддю.

Як вказано вище, крім детального опису зовнішніх характеристик в анкетах також часто зустрічалися параметри, які скоріше стосувалися характеристик і якостей особистості. Так, переважна більшість (18 респонденток) відзначила, що дівчинка в жодному разі не повинна демонструвати наявність шкідливих звичок, а саме:

- пити (13);
- палити (12);
- лаятися матом (8);
- грубити (6).

Як необхідні позитивні характеристики особистості дівчаток найчастіше відзначалися доброта (17) і м'якість (10).

Механізмів розвитку цих якостей особистості запропоновано практично не було, в основному ставився прочерк або дублювалася фраза з лівої колонки (напр. бути доброю - бути доброю). Одна з небагатьох розгорнутих відповідей у цьому полі: «A girl has to be kind, tender... and brave, clever... at the same time, she should do sport and create art.!» (Дівчинка, 12 років).

Подібний приклад ілюструє значимість лексем «мужність» і «жіночність» для респондентів жіночої статі, розшифровує поняття «мужність» і «жіночність» з погляду сучасної дитини та ілюструє наявність уявлень про розподіл сфер самореалізації за гендерною ознакою (мистецтво – для жінок, спорт – для чоловіків). В цілому ж, судячи з масових відповідей дівчаток, основні характеристики особистості (доброта, м'якість, ніжність), які, як ми бачимо, збігаються з гендерними стереотипами, що закладаються в дитинстві за допомогою впливу соціуму та фольклорних текстів, не піддаються формуванню, вони повинні бути властиві представнику статі спочатку, оскільки визначення механізму їх досягнення цілком очевидно викликало труднощі, на відміну самого факту називання даних якостей.

Також варто окремо відзначити появу в кількох анкетах стилістично маркованого слова «пацанка» з різко негативною конотацією у всіх випадках:

- «Not to look like a boy...» (дівчинка, 12 років);

«She must have long hair not to look like a boy» (дівчинка, 12 років);

«NOT TO BE A BOY!» (Дівчинка, 12 років).

Слово «boy» у даному контексті означає дівчинку з чоловічими рисами характеру, проте, судячи з прикладів його вживання, у сучасному молодіжному сленгу воно також застосовується для опису дівчини, яка одягається і виглядає чоловікоподібно, що явно негативно відзначається більшістю з дівчаток. Варто зазначити, що подібна негативна оцінка «пацанства», яке проявляється для більшості дівчаток у носінні штанів, джинсів, худі коротких стрижок, куріння та вживанні лайок, продемонстрована при заповненні анкети, зовсім не означає, що ці ознаки не реалізуються дівчатками у житті. Так, третина дівчаток, які брали участь в опитуванні, носила короткі стрижки, більше половини були в джинсах і кросівках на момент заповнення анкети, проте всі вони описали подібний зовнішній вигляд, як негативно оцінюваний і нежіночний. Відповідно, ми можемо укласти, що стереотипи, які існують у їх свідомості, не завжди призводять до того, що на практиці дівчатка реалізують саме те, що проголошують як норму, коли їх свідомо просять її описати.

3.2 Стилiстичнi особливостi мовлення дiвчат-пiдлiткiв

Вiдповiдi дiвчаток (загальна кiлькiсть проаналiзованих нами пропозицiй – 243) загалом були бiльш структурованi, нiж хлопцiв-пiдлiткiв. У переважнiй бiльшостi вони були представленi у виглядi закiнчених речень – з 26 анкет, у яких у цьому полi був присутнiй текст (а не графiчне зображення), у 24 вiдповiдi були побудованi у формi окремих речень, кожне з яких починалося з великої лiтери та закiнчувалося точкою, знаком оклику або знаком питання, згiдно з iснуючими правилами оформлення. Проте лише у трьох випадках iз 26 проаналiзованих речень було з'єднано логiчно та подавали зв'язковий текст. В iнших випадках формат вiдповiдей може бути описаний як перерахування. У середньому кожна з дiвчаток пропонувала не менше 5 вимог як для

зовнішнього вигляду хлопчиків, так і для зовнішнього вигляду дівчаток, як правило, оформлених як окремі пропозиції.

Аналіз використаних дівчатками граматичних конструкцій дав такі результати: кількість використаних складних речень значно перевищує кількість простих (156 проти 87), при цьому складнопідрядні пропозиції використовуються частіше, ніж складносурядні (93 проти 63), а основний тип використаних респондентами СПП – пропозиції з додатками причин (56 проти 93) або умови (18). Подібна тенденція може бути пояснена тим фактом, що, по-перше, завдання виявилось цікавим для дівчаток, і їм хотілося обґрунтувати свою точку зору, не лише висуваючи вимоги до зовнішнього вигляду, а й формулюючи причину цих вимог, а по-друге, тим, що, як вже було доведено на попередніх етапах дослідження, стильова особливість літератури для дівчаток, і, як наслідок, особливість жіночої писемної мови полягають в апеляції до художнього та публіцистичного стилю і зокрема виявляються у використанні розгорнутих граматичних конструкцій, до яких входять і складні пропозиції.

Кількість використаних двоскладових речень (205) переважає кількість односкладових (81). При цьому переважний тип односкладових – невизначено особисті пропозиції (53).

Привертає увагу і кількість пропозицій з використання займенника «ти» – з 243 проаналізованих пропозицій займенник 2-ї особи або дієслово у другій особі використовуються в 67. Як уже говорилося вище при аналізі енциклопедій для дівчаток, подібна стилістична конструкція поміщає читачку в центр подій. Цілком очевидно, що дівчатка, читаючи книги, в яких висока частотність використання даного прийому, підсвідомо його копіюють, ставлячи себе на місце автора подібної книги порад і «рецептів»: «Ти маєш пам'ятати, що одяг має бути випрасуваним», «Потрібно розібратися, які речі тобі йдуть, та їх носити».

Окремої згадки потребує і співвідношення речень, що розрізняються за метою висловлювання та емоційним забарвленням. Так, з 243 проаналізованих

пропозицій 225 були оповідальними, 18 – запитальними, при цьому всі питання були риторичними і апелювали до розмовної мови: «А то, як же?», «І куди це годиться?!», «А те, кому вона сподобається?». Емоційно забарвленими були 97 з 243 пропозицій, при цьому в 43 з них зустрічалася гіперкорекція, що проявляється у використанні трьох і більше знаків оклику:

«No smoking!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!»

«Learn how to look perfect!»

Тенденція до гіперкоректного використання розділових знаків також пояснюється стереотипом про підвищену експресивність жіночої мови і демонструє особливо емоційну реакцію респондентів на поставлене запитання. Статистика використання емоційно забарвлених речень також демонструє висновок про те, що дівчаток спочатку привчають до експресивного вираження власних думок. Вплив розмовної мови та особливого жанру інтернет-комунікації, що надає великий вплив на формування писемного мовлення сучасного підлітка, також сприяє тенденції дівчаток використовувати гіперкоректну пунктуацію, щоб висловити свою небайдужість до питання чи письмово зафіксувати підвищення голосу чи ствердну інтонацію у відповіді на болюче запитання.

Таким же функціоналом вираження особливої експресії володіє і ще один графічний спосіб, що прийшов з області інтернет-комунікацій: написання ключового слова – смислового центру висловлювання – великими літерами, так зване, «лист CAPS LOCK»: «Дівчинка має бути ЖІНОЧНОЮ!». Цей графічний спосіб, який широко використовували дівчата у повсякденному житті – зокрема в їхньому інтернет-спілкуванні – витіснив практично всі інші способи. Так, лише у чотирьох випадках дівчатка підкреслили чи обвели у фігурну рамку ключове слово, а в 49 варіантах способом акцентування був описаний CAPS LOCK.

Важливою ознакою є також широке використання вступних конструкцій: «In my opinion» (22), «I think» (10), «in my opinion» (3). У 3 випадках було використано також і просторічне вираження «according to me»:

«In my opinion, it should be immediately clear that there is a GIRL in front of you!». Специфіка використаних конструкцій свідчить про те, що дівчаткам у письмовій мові властиво висловлювати свою точку зору обережно, у ввічливій формі і не категорично.

Висока частотність використання конструкцій зі значенням повинності: повинне (бути), обов'язково, потрібно – подібні формулювання зустрілися у 108 випадках. Таким чином, можна зробити висновок, що дівчаткам властиво дотримуватися обережних, ввічливих синтаксичних конструкцій з використанням вступних слів, але оперувати лексичними та графічними засобами для акцентування власної позиції.

Говорячи про лексику, зазначимо, що серед відповідей дівчаток висока частка просторових і розмовних виразів, сленгових лексем: пацанка, драні джинси, ботан, макіяж, няшний. Також привертає увагу підвищена експресивність якісних прикметників: високі підбори; якщо фішка, то малесенька – подібні приклади зустрілися у 10 анкетах. Використання зменшувально-пестливих суфіксів також є ознакою підвищеної експресії: симпатяшка, туфельки, спідничка, худенька, сорочки, брючки.

3.3 Дискурсивні особливості мовлення дівчат-підлітків

Опис того, як має виглядати хлопчик, в анкетах дівчаток було представлено більш мізерно, ніж опис зовнішності дівчаток. Основними вимогами до зовнішності хлопчика було носіння короткої стрижки (18 анкет) і навмисне «неохайний» вигляд, досягнення якого при цьому вимагає від хлопчика спеціальних зусиль, тобто не відображення його реальної неакуратності, а навмисна відповідність певному заохочуваному дівчинкою образу хулігана:

«The boy should be a little unkempt - no shirts, slicked back hair, trousers - NO!!! Must be tasteful!!!» (Дівчинка, 13 років);

«Hair is disheveled. Every morning, you need to style it with a gel especially so that it seems that it is disheveled» (дівчинка, 12 років);

«Ripped jeans, a sweatshirt with some inscription, messy hair - a must if you want to be a normal fashionable guy!» (Дівчинка, 13 років);

«I can't stand boys to whom mom says: "Put this on, put that on." Have your own style, don't be afraid to come to school in a tattered t-shirt and sneakers, don't give in to persuasion and don't become a licked nerd!» (Дівчинка, 13 років).

Подібні до цього описи зустрілися в 15 з 28 анкет. Навмисно неохайний вигляд у цьому випадку, очевидно, знаменує стильність і розкутість хлопчика, а також його зневагу до існуючих норм та демонстрацію самобутності та готовності порушувати правила, що, безумовно, відзначається дівчатками як позитивна характеристика обличчя чоловічої статі та одне – значно негативно оцінюється при прояві цих якостей в осіб протилежної статі.

Згадки особистісних якостей зустрічалися в описі хлопчика значно частіше, ніж в описі дівчинки. Найбільш цінними в чоловічому характері, з погляду респонденток, є такі якості, як фізична сила (20), розум (18), здатність постояти за себе (11), сила волі (9), ввічливість (8), доброта (7). Цікаво, що наявність/відсутність шкідливих звичок жодного разу не було висвітлено в полі опису хлопчика, тоді як в описі дівчинки негативне ставлення до цих ознак було відбито досить часто. При цьому звертає на себе увагу той факт, що навіть при вказівці вітальних чоловічих якостей та бажаних зовнішніх характеристик у правій колонці як механізм їх досягнення найбільш частотними (16) були синонімічні в даному розрізі відповіді: «You just have to be yourself» / «Be yourself» / «Be natural» / «Look and behave the way they want». Подібних порад у полі для методів досягнення бажаного результату дівчатками не зустрічалося, що може свідчити про активне функціонування стереотипу про необхідність жінці для досягнення пропагованого ЗМІ ідеалу проробити велику роботу над собою, що включає зусилля, спрямовані на видозміну власної фігури та підганяння її під стандарт, використання макіяжу для створення іншого візуального образу, знаходження в епіцентрі подій світу моди, щоб не відстати від сучасних впливів та ін.

Аналіз відповідей дівчаток на аналогічне запитання приніс, однак, несподівані результати. Так, із 28 дівчаток, які брали участь в опитуванні, 23 поставили прочерк у даному полі, 2 написали «не знаю»/«ще не думала», і лише три дівчинки з усіх впоралися із завданням, при цьому одна з них написала «буду медсестрою, як мама», а дві решта вказали, що будуть дизайнерами, з наступних причин: «Likes to invent beautiful things»; «They say I draw well.».

Таким чином, очевидно, що прагнення дівчаток до прогнозування власного майбутнього у питаннях побудови кар'єри та професійної самореалізації, всупереч очікуванням, виявилось не лише на одному рівні (як передбачалося перед початком дослідження), але значно нижчим, ніж у хлопчиків. Ті професії, які все ж таки були ними названі, дійсно входять до списку названих як «жіночих». Зазначимо, однак, істотну різницю між причинами, які спонукають хлопчиків і дівчаток зацікавитись певними професійними сферами – так, якщо хлопці виявили всі очікувані схильності до набуття домінуючої позиції в суспільстві та володіння високим матеріальним статусом, то дівчатка продемонстрували практично повну пасивність у питаннях самовизначення, мотивувавши свій попередній вибір або бажанням наслідувати наявний перед очима приклад (як мама), або готовність прийняти точку зору оточуючих як першорядну (кажуть...). Єдиним відносним винятком можна вважати варіант «подобається вигадувати», який можна вважати відображенням прагнення дівчинки до самореалізації у сфері власних інтересів.

Зрозуміло, аналіз лише трьох отриманих нами розгорнутих відповідей не можна вважати кількісно достатнім, щоб говорити про дівчаток «в цілому», проте сам факт того, що з 28 респонденток віком від 13 до 15 років 25 рятували перед необхідністю в письмовому вигляді змоделювати власний погляд на професійну майбутність у той час, як у жодного з 22 опитуваних хлопчиків того ж віку це не викликало жодних труднощів, є більш ніж показовим і дозволяє зробити певні висновки про невпевненість дівчат у власних силах та

їх небажання навіть у проектній формі говорити про свою майбутню кар'єру, що може бути відображенням якогось суспільного тиску на свідомість дівчаток, наявність якого також може бути підтверджена та яскраво проілюстрована тими професіями, які були в переважній більшості названі як «жіночі» представники обох статей.

Останній етап опитування полягав у проханні продовжити речення «I'm a boy/girl so I try ...» та «I'm a boy/girl so I don't like it when ...». Наші попередні очікування базувалися на тому, що, за нашими припущеннями, у цьому завданні діти мали відобразити у своїх відповідях стереотипи вітальної гендерної поведінки. Проте, всупереч нашим очікуванням, більшість відповідей були однотипними і характеризували, скоріше, якості особистості, пов'язані з питаннями загальнолюдської діяльності та вічної моралі: «I'm a boy/girl, so I try to be good to him/her, don't steal, don't lie, study well»; «I'm a boy/girl, so I don't like it when children and animals are abused» і т.д. Лише кілька відповідей були гендерно марковані: так, троє хлопчиків відповіли, що намагаються добре вчитися, щоб потім багато заробляти і бути справжніми чоловіками, підтвердивши таким чином своїми відповідями наші попередні висновки про стереотип чоловічої поведінки та цілепокладання, про які вже говорилося вище, а у п'яти дівчаток зустрілося визначення, яке жодного разу не з'явилося у відповідях хлопчиків: «I'm a girl, so I try to be appropriate». Подібний епітет може бути ілюстрацією зроблених на попередньому етапі нашого дослідження висновків про те, що дівчаток з дитинства орієнтують на міжособистісні стосунки, і подібна стратегія виховання іноді призводить до таких наслідків, як надмірна жертівність та схильність до заниження власної самооцінки. У цьому випадку ми бачимо приклад того, що одним з найважливіших етапів самоствердження для дівчинки є підтвердження того, що її потребують, що дає їй можливість побачити відображення своєї значущості щодо інших людей. Хлопчики ж традиційно виховуються у підготовці до виживання в умовах конкуренції, тому їхні відповіді, в

основному, егоцентричні і зводяться до розповіді про себе самого та свої особисті досягнення чи прагнення, без урахування їх впливу на оточуючих.

Безперечно, що заслуговує на особливу увагу той факт, що з усіх 50 проаналізованих анкет, лише дві з них продемонстрували думку дітей (в обох випадках – дівчаток, 13 та 15 років відповідно), які виховувалися в сім'ях, які, очевидно, дотримувалися у вихованні принципів гендерної педагогіки. Так, лише у цих двох анкетах було виявлено обґрунтоване заперечення існування специфічно чоловічих та специфічно жіночих професій, з наступними поясненнями:

«I think there is no difference. In general, a man and a woman can have absolutely any profession. To be likable. So I don't know» (дівчинка, 13 років).

«It doesn't matter what gender a person is. There can be a female boxer and a male gymnast!» (Дівчинка, 11 років).

Зазначимо, однак, що в даному випадку дитина, заперечуючи дискримінацію, все одно підсвідомо фіксує існуючий у суспільстві поділ професій за статевою ознакою, наводячи те, що в її свідомості є порушенням норми як приклад рівноправності.

Одна з вищезгаданих дівчаток (11 років) у своїй відповіді продемонструвала певний ефект гендерного виховання, що наголошує на розвитку індивідуальності з урахуванням біологічних відмінностей, але в умовах рівноправності статей: «I'm a girl, so I take care of myself, I like to climb trees, I'm learning to shoot and I want to become a movie actress. No, actually I like and dislike a lot of things, but not because I'm a girl, but because I'm me!»

Висновки до розділу III

Лексичні стереотипи, які існують у свідомості дівчат-підлітків, не завжди призводять до того, що на практиці дівчатка реалізують саме те, що проголошують як норму, коли їх свідомо просять її описати.

Специфіка використаних конструкцій свідчить про те, що дівчаткам у письмовій мові властиво висловлювати свою точку зору обережно, у ввічливій формі і не категорично.

Висока частотність використання конструкцій зі значенням повинності: повинне (бути), обов'язково, потрібно – подібні формулювання зустрілися у більшості випадках. Таким чином, можна зробити висновок, що дівчаткам властиво дотримуватися обережних, ввічливих синтаксичних конструкцій з використанням вступних слів, але оперувати лексичними та графічними засобами для акцентування власної позиції.

У спілкуванні дівчаток підліткового віку спостерігається високий рівень родинного гендерно орієнтованого впливу. Більшість опитаних дівчат чітко вказують на розмежування між статями з використанням відповідних конструкцій.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

На підставі вищевикладених теоретичних та експериментальних даних з проблеми статевого диморфізму в мові на матеріалі англійської мови можемо зробити такі висновки:

1. У ході роботи нами було описано зміст та особливості сучасних наукових підходів до вивчення поняття гендер у гуманітарних дослідженнях. Результатами даного етапу роботи стали узагальнюючі висновки про багатозначність розуміння гендера, який може бути визначений у сучасній науці як:

а) соціальний статус, який визначає індивідуальні можливості в освіті, професійній діяльності, доступі до влади, сексуальності, сімейній ролі та репродуктивній поведінці. Дане визначення вибудовується через віднесення гендера до інших соціостатусів (професії, суспільного, громадянського статусу);

б) сукупність поведінкових характеристик та ролей, що визначають особистий, соціальний та правовий статус чоловіка чи жінки у певному суспільстві;

в) система соціокультурних відносин чоловіків і жінок, що оформляється в процесі їхнього міжстатевого спілкування і реалізує себе у всіх сферах життя;

г) сукупність соціальних і культурних норм, смислів та очікувань, які суспільство наказує індивідам залежно від їхньої статі.

Мова як механізм, що відображає та кодує основні явища соціальної реальності, завжди був у центрі уваги гендерних досліджень.

2. Також нами було проведено аналіз базових праць з гендерної лінгвістики, що описують основні відмінності між чоловічою та жіночою усною та письмовою мовою, паралінгвістичними особливостями їх невербального спілкування та комунікативними стратегіями.

3. Відмінності у мовній поведінці людини, зумовлені її статтю, виявляються всіх рівнях мови, охоплюють всі елементи мовної системи: від мовної здібності до основних механізмів мовної діяльності (породження, сприйняття і розуміння мовного висловлювання).

Ці відмінності виявлені у словотворенні морфології (частотні особливості використання тих чи інших частин мови), в організації словника чоловіка та жінки, граматичних особливостях їхньої мови (статистичного превалювання одних граматичних структур над іншими), синтаксисі (преференції у вживанні різних синтаксичних зв'язків, синтаксичної складності пропозицій), дискурсі та прагматиці (наприклад, в оціночному забарвленні предметів та явищ навколишнього світу).

Відмінності носять не інвентарний (існують мовні засоби, які використовуються тільки чоловіками, або є мовні структури, які вживають тільки жінки), а імовірнісний характер (тобто проявляються в деяких частотних закономірностях їх використання). Частота і характер відмінностей на кожному мовному рівні проявляється неоднаково і з різною мірою інтенсивності.

4. Нами було проведено дослідження, яке полягало в анонімному письмовому опитуванні 50 плітків, а також аналізу акаунтів Instagram. В опитуванні взяли участь представники обох статей у наступному співвідношенні: 22 хлопчики до 28 дівчаток. Опитування може вважатися валідним, оскільки респонденти були представниками різних класних колективів, соціальних груп, проживали в різних районах столиці, оскільки прийом до цієї школи проводиться на конкурсній основі і не прив'язаний до конкретного округу, а школа, в якій навчаються діти, які брали участь в опитуванні, не беруть участі у програмах з впровадження гендерної педагогіки. Опитування, спрямоване на виявлення базових гендерних стереотипів, що стосуються життєдіяльності та самореалізації чоловіків і жінок у різних сферах, було комплексним і включало різні типи завдань,

спрямовані на свідому та несвідому презентацію укорінених гендерних стереотипів.

Для хлопчиків основними елементами формування віртуальної особистості стали використання прецедентних феноменів і квазіприслів'їв, апеляція до використання іноземних слів, використання креолізованих текстів як аватара. Загалом можна сказати, що дискурсні засоби, використовувані хлопчиками, не такі різноманітні, і стиль заповнення відповідей на стандартизовані питання тяжіє до сухого анкетного формату. віртуальної гендерної поведінки.

Лексичні стереотипи, які існують у свідомості дівчат-підлітків, не завжди призводять до того, що на практиці дівчатка реалізують саме те, що проголошують як норму, коли їх свідомо просять її описати.

Специфіка використаних конструкцій свідчить про те, що дівчаткам у письмовій мові властиво висловлювати свою точку зору обережно, у ввічливій формі і не категорично.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архангельська А.М. До питання про статус маскулінізму в лінгвістичній гендерології. Наукові записки. Серія «Філологічна». Острого: Вид-во Національного університету «Острозька академія». – 2010. – №17. – С. 11–21.
2. Ахмедшина Ф. Від «історії жінок» до «гендерної історії». Нова концепція гендерної історії. Введення в теорію та практику гендерних відносин: збірник наукових статей. Ташкент, 2007. – С. 380-387
3. Бакушева Т.М., Про відмінності в мовленнєвій поведінці хлопчиків і дівчаток// Антропоцентризм прагматика, Кривий Ріг, 1995. – С.100-110.
4. Баско Н.А., Статевий дисбаланс і синтаксис простої пропозиції // Антропоцентризм прагматика, Кривий Ріг, 1995. – С. 97-100.
5. Безбах К.І. Метафоричні позначення образу жінки та гендерні стереотипи у німецькій та українській лінгвокультурах. – ДонНУ, 2020 – 87 с.
6. Белянін В.П. Експериментальне дослідження психолінгвістичних закономірностей смислового сприйняття тексту. Автореф. кан. дис., М., 1983
7. Бендас Т. В. Гендерна психологія: навчальний посібник. СПб. : Пітер, 2006. – 431 с.
8. Варикаша М. Гендерний дискурс: семіотичні аспекти. Слово і час. Київ. – 2008. – № 7. – С. 83–89.
9. Воронина О.А. Філософія пола // Філософія. М.: Русское слово, 2000. – С. 388-407.
10. Воронина О.А. Формирование гендерного подхода в социальных науках // Гендерный калейдоскоп. М.: Academia, 2002. – С. 8-33
11. Воронова А. В. Гендерна психологія як новий напрямок науки. Харків. – 2014. – № 1. – С. 288-292.
12. Воронцов Д. В. Гендерна психологія спілкування. Ростов н/Д. : ПФУ 2008. – 208 с.

13. Гендерна лінгвістика в Україні: історія, теоретичні засади, дискурсивна практика: кол. моногр. Харків–Дрогобич, 2014. – 470 с.
14. Гаранович М.В. Вариативність гендерних стереотипов в залежності від соціального пола говорящего. Автореферат дисс. канд. філол. наук. Пермь, 2011. – 24 с.
15. Горошко О.І. Проблеми вивчення особливостей чоловічого та жіночого стилю мовлення // Формування комунікативних та інтелектуальних навичок школярів та студентів, Дніпропетровськ, 1994. – С.160-169.
16. Горошко О.І. Особливості сприйняття та породження тексту, зумовлені статевою приналежністю індивіда // Антропоцентризм і прагматика, Кривий Ріг, 1995. – С.82-91.
17. Горошко О.І. Особливості сприйняття тексту, зумовлені статевою диференціацією особистості // 1 Міжнародний симпозиум «Людина: Мова, культура, пізнання» (Тези науково-практичної конференції), Кривий Ріг, 1995. – С.247-248 .
18. Горошко О.І., Галунова Н.М. Гендерно маркована лексика. Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія «Філологія». – 2006. – № 19 (2). – С. 99-102.
19. Гришкова В. И. Причины возникновения гендерной дифференциации в языке / В. И. Гришкова // Человек. Язык. Культура : [межвузовский сборник статей]. – Курск : Изд-во Курск. гос. ун-та, 2005. – Вып. 5. – С. 23–31
20. Деякі аспекти гендерної ідентифікації та соціалізації особистості / [Ю. М. Галусян, В. П. Новицька] // Український соціум. – 2004. – № 1 (3). – С. 7–13.
21. Ільїн Є.П. Стать та гендер. СПб. : Пітер, 2010. – 688 с.
22. Ісаєв Д. Д. Психологічне розуміння та вимірювання статі. СПб. : ДПМУ 2012. – 63 с.
23. Калабихина И. Методология гендерного анализа / И. Калабихина // Феминизм и гендерные исследования : [хрестоматия / под общ. ред. В. И. Успенской]. – Тверь, 1999. – С. 23–31.

- 24.Кирилина А.В. Развитие гендерных исследований в лингвистике [Текст] / А. В. Кирилина // Филологические науки. – 1998. – № 2. – С. 51-56
- 25.Кирилина А. В. Современное состояние гендерных исследований в российской лингвистике / А. В. Кирилина // Beitrage des Gender-Blocks zum XIII. Internationalen Slavistenkongress in Ljubljana 15–21 August 2003. – Munchen : Verlag Otto Sagner. – P. 113–134.
- 26.Кльоціна І.С. Психологія гендерних відносин. Теорія та практика. – СПб.: Алетейя, 2004. – 408 с.
- 27.Крейдлін Г.Є. Чоловіча та жіноча невербальна комунікація. Гендерна психологія. Москва. 2004. – 156 с
- 28.Левченко Е. Гендерный аспект компаративных фразеологических единиц. Мовна картина світу слов'ян і культура: матеріали міжнародної наукової конференції. Люблін-Рівне. – 2010. – №. 1. – С. 44-49.
- 29.Левченко О. Лінгвістичні дослідження гендеру в Україні. Людина. Комп'ютер. Комунікація: збірник наукових праць. Львів. 2017. – С. 74-83.
- 30.Мельник Ю.П. Об'єктивація гендерних стереотипів у сучасній лінгвістичній науці. Івано Франківськ. 2009. – С. 110-114.
- 31.Миронова Н. Гендер у лінгвістиці. Чоловіча і жіноча мова / Н. Миронова // Актуальні проблеми слов'янської філології : [міжвуз. зб. наук. ст. / редкол.: В. О. Соболев та ін.]. – К. : Знання України, 2004. – Вип. 9: Лінгвістика і літературознавство. – 2004. – 521 с.
- 32.Меншій А.М. Гендерні стереотипи у творчості. Миколаїв, 2013. – С. 150-155.
- 33.Пашукова Т.І., Теракопова, А. С. Теоретичний аналіз становлення понять гендера та гендерної ідентичності в психології. Вісник МДЛУ. – 2012. – № 7. – С. 122-132.
- 34.Пелещишин А.М. Гендерні та вікові відмінності мови: збірник наукових праць. Львів : Вид-во НУ "ЛП", 2010. – С. 88–90.
- 35.Рубан Л. М. Гендерні особливості перекладу мови. Суми ; Харків. – 2013. – №4. – С. 62-66

- 36.Рубин Г. Обмен женщинами: заметки по политэкономии пола // Антология гендерной теории. Мн.: Пропилеи, 1975 – с. 99-113.
- 37.Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія. Полтава, 2006. – 716 с.
- 38.Сидоренко Н. Гендерні детермінанти в інформаційній площині України / Н. Сидоренко // Філософськоантропологічні студії'2001 : [спецвипуск]. – К. : Стилос, 2001. – С. 197–209.
- 39.Слінчук В. Мовностилістичні засоби творення гендерних образів молоді (за матеріалами друкованих мас-медіа) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.01.08 / В. В. Слінчук. – К., 2006. – 20 с
- 40.Словарь гендерных терминов / [под ред. А. А. Денисовой ; Региональная общественная организация «Восток-Запад: Женские Инновационные Проекты»]. – М. : Информация XXI век, 2002. – 256 с.
- 41.Ставицька Л.О. Мова і стать. Критика. – 2003. – № 6. – С. 29-34.
- 42.Ставицька Л.О. Гендерна лінгвістика: українська перспектива. Херсон. – 2004. – №3. – С. 58-66.
- 43.Тараненко О.О. Принцип андроцентризму в системі мовних координат і сучасний гендерний рух / О.О. Тараненко // Мовознавство. – 2005. – № 1. – С. 3–25.
- 44.Ушакін С.А. Поле статі. Вільнюс: ЄГУ. Москва: ТОВ «Варіант», 2007. – 320 с.
- 45.Храбан Т.Є. Теоретичне осмислення концепту «жінка» у лінгвістиці: збірник наукових праць. Київ, 2014. – С. 473-481.
- 46.Шишлова, Є.Е. Гендер як інноваційний дискурс. Вісник МДІМВ, 2013. – С. 148-152.
- 47.Adler M.K. Sex Differences in Human Speech. A Sociolinguistic Study, Hamburg, 1987
- 48.Ashmore R.D. Sex, gender, and the individual// Handbook of personality: Theory and research. New York, 1990. – P.486-525.

49. Bourdieu P, Passeron J.C. *Reproduction in Education, Society and Culture*. London and Beverly Hills: SAGE Publications, 1978. – 288 P.
50. Butler J. *Gender trouble: Feminism and the Subversion of Identity* / Judith Butler. – New York : Routledge, 1990. – 172 p.
51. Clarke-Stewart K. *Measuring Infant-Mother Attachment: Is the Strange Situation Enough?* *American Psychologist*, 1973.
52. Coates, J. *Language and Sexism*, Committee for Linguistics in Education (CLIE), Working paper, 1984. – Vol.5.
53. Coates, J. *Women, Men and Language*, London, Longman, 1986
54. Goffman, E. *Gender Display // Studies in Anthropology of Visual Communication*. – 1976. – №3. – P. 69-77.
55. Goffman E. *The Arrangement Between Sexes / E. Goffman // Theory and Society*. – 1977. – № 4. – P. 301–331
56. Fischer, J.L. *Social Influences on the Choice of a Linguistic Variant*, in *Word*. – 1958. – Vol.14. – P. 47-59.
57. Haas A. *Male and female spoken language differences; stereotypes and evidence*. *Psychological Bulletin*, 1978.
58. Jespersen, O. *Language: Its Nature, Development and Origins*, London, Allen and Unwin, 1922
59. Kapidzik S., Herring S. *Gender, Communication, and Self-Presentation in Teen Chatrooms Revisited: Have Patterns Change? // Journal of Computer Mediated Communication*, 2011 – Vol.17. – P.39-59.
60. Lieberman P. *Intonation, Perception and Language*. Cambridge, 1967.
61. McConnell-Ginet, S. *Intonation in a man's world*, in Thorne, B., Kramarae, C. and Henley, N. (eds.) *Language, Gender and Society*, Rowley, Mass., Newbury House, 1983
62. Money J. *Sex research: New developments*. New York, 1965.
63. Nelson K. *Structure and strategy in learning to talk // Monographs of the society for research in child development*. – 1973. – Vol. 149. – P. 73-75
64. Oakley A. *Sex, Gender and Society*. Gower Maurice Temple Smith, 1972.

65. Rubin G. The Traffic in Women : [notes on the 'Political Economy' of Sex, in Rayna Reiter, ed., *Toward an Anthropology of Women*] / G. Rubin. – New York : Monthly Review, 1975.
66. Swann, J., and Graddol, D. Gender Inequalities in Classroom Talk, *English in Education*. – 1988. – Vol. 22, (1). – P. 48-65.
67. Tajfel H. *Differentiation between social groups*. London, 1978.
68. Tannen D. *You just don't understand. Women and men in conversation* / D. Tannen. – N.-Y., 1990.
69. Trudgill P. Sex, covert prestige and linguistic change in the urban British English of Norwich. *Language in Society*, 1972.
70. Turner S.S. Intersex identities: Locating new intersections of sex and gender// *Gender and Society*. – 1999. – Vol. 13. – p. 457-479.
71. Van Damme, E. Casualising' sexuality in teen series. A study on the gendered sexual discourses in the popular American teen series *One Tree Hill* and *Gossip Girl* // *Gendered Transformations. Theory and Practices on Gender and Media*, 2010 – P.167-184.
72. Walters J. Variation in the requesting behaviour of bilingual children. *International Journal of the Sociology of Language*, 1981.

ДОДАТКИ

Додаток 1

Зразок анкети

1. Стать _____

2. Вік _____

3. Твоя майбутня професія _____

4. Який\а ти?

5. Як має виглядати протилежна стать?

6. Як часто ти спілкуєшся в соцмережах? У яких?

7. Чому соцмережі важливі для тебе?

Додаток 2

Зразок заповненої анкети (переклад з англ.)

1. Стать _____ чол. _____
2. Вік _____ 14 _____
3. Твоя майбутня професія _____ агроном _____
4. Який\а ти? _____ мужній, сильний,
привабливий _____

5. Як має виглядати протилежна стать?
гарна, струнка, жіночна,

6. Як часто ти спілкуєшся в соцмережах? У яких?
дуже часто,
ТікТок _____
7. Чому соцмережі важливі для тебе?
Дізнаюся про новини селебрітіз та про друзів

1. Стать _____ жін _____
2. Вік _____ 15 _____
3. Твоя майбутня професія _____ лікарка _____
4. Який\а ти? думаю, що я скромна, досить симпатична, розумна, цікава у спілкуванні, люблю подорожувати, читати та вчитися

5. Як має виглядати протилежна стать?

Мені важливо, щоб хлопець був привабливим, сильним, спортивним, підтримував, поведив би себе як справжній чоловік

6. Як часто ти спілкуєшся в соцмережах? У яких?

Інстаграм, іноді ТікТок. Використовую щодня.

7. Чому соцмережі важливі для тебе?

У соцмережах я можу більше дізнатися про події у світі, про друзів, чим вони займаються, що їм цікаво, куди можна подорожувати. Також я спілкуюся з друзями, знайомлюся з новими людьми.