

УДК

**КУЛЬТУРНЫЕ КОДЫ ГЕНДЕРНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ
(ПО ДАННЫМ ОПРОСА СТУДЕНТОВ ТУЛЬСКИХ ВУЗОВ)****CULTURAL CODES GENDER REPRESENTATION
(ACCORDING TO THE SURVEY STUDENTS OF TULA UNIVERSITIES)****И.Е. Герасименко
I.E. Gerasimenko**

*Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого,
Россия, 300026, Тула, пр. Ленина, 125
Tula State Pedagogical University of L.N. Tolstoy, 125 Lenina St, Tula, 300026, Russia*

E-mail: pomf2013@rambler.ru

Аннотация. В последнее время появился целый ряд междисциплинарных трудов, освещающих отображение образов мужчин и женщин в языковом сознании. В этих исследованиях в сопоставительном аспекте рассматривается мужское и женское языковое сознание с учетом влияния категории гендера на ассоциативное поведение коммуникантов.

Resume. Recently, there was a series of interdisciplinary works covering the display of images of men and women in the linguistic consciousness. In these studies in comparative aspect is considered masculine and feminine language awareness for the effects of gender categories in the associative behavior of communicants.

Ключевые слова: гендер, культурный код, символ, студент, языковое сознание.
Keywords: gender, cultural code, symbol, student, language consciousness.

Исследователями установлено, что зафиксированные гендерные различия образов языкового сознания в отдельных случаях проявляются намного отчетливее, чем межэтнические различия, и этот факт подчеркивает прагматическую и эвристическую перспективность гендерных ассоциативных экспериментов вне зависимости от этнической принадлежности информантов. Результаты свободных ассоциативных экспериментов показали, что самое сильное влияние на ассоциативное поведение испытуемых оказывают в первую очередь факторы пола и условий изоляции людей от общества, а уже потом – факторы возраста, уровня образования и родного языка.

Исходя из данных посылок, мы сочли целесообразным провести собственное ассоциативное исследование коннотативной специфики языкового сознания современных носителей русского языка в гендерном аспекте.

Генеральную совокупность участников эксперимента составили студенты высших учебных заведений г. Тулы. Респонденты различались не только по полу и возрасту, но и по среде первичной социализации (город – 86 %, село – 14 %), по семейному положению (холостые – 90 %, семейные – 9 %, разведенные – 1 %), по профилю образования (студенты гуманитарных специальностей – 41 %, технических – 41 %, естественно-научных – 18 %) и по др. характеристикам.

Целью проведенного экспериментального исследования являлось выявление национально-культурной и гендерной специфики языкового сознания современных студентов – носителей русского языка и представителей русской лингвокультуры. В качестве основной методики был использован свободный ассоциативный эксперимент с фиксацией первого ответа. Эксперимент проводился по традиционной схеме, принятой в международной практике проведения свободных ассоциативных экспериментов.

Испытуемым предлагался список из двух слов-стимулов на русском языке (*мужчина* и *женщина*), что соответствует задачам данного исследования. Кроме того, испытуемые должны были указать пол, возраст и получаемую специальность. Эксперимент проводился в форме письменного опроса (метод очного анкетирования). Время, отведенное на заполнение анкеты, составляло 3 – 5 минут.

Процедура анализа данных эксперимента состояла из нескольких этапов и проводилась с использованием современных технологий обработки информации, в том числе с помощью системы управления базами данных Microsoft Access.

При изучении структуры ассоциативных полей, полученных в результате опроса мужчин и женщин, мы выделяли и рассматривали: сходство и различие мужских и женских ассоциаций; частотную характеристику реакции; совпадение ассоциаций с реакциями в РАС; реакции, которые

можно отнести к осознаваемым и неосознаваемым уровням сознания; стереотипность реагирования мужчин и женщин на заданные стимулы (количество различных реакций на слово-стимул).

В ходе проведения эксперимента была выявлена и описана статистическая структура ассоциативных полей «Мужчина» и «Женщина» в русском языке, определены числовые характеристики ассоциативного поля и показатели уровня повторяемости (стереотипности, типичности) реакции в поле методом градации (путем постановки наиболее частотных реакций на 1-ое место). Эти данные иллюстрируют показатели «нормы» и «узуальности» в ассоциативном поведении носителей языка и представляют несомненный интерес для описания общего и специфического в «образах сознания» мужчин и женщин.

На следующем этапе лингвистического анализа материалов проведенного нами свободного ассоциативного эксперимента:

- 1) был выявлен коннотативный потенциал слов-реакций;
- 2) была изучена лингвокультурная специфика коннотативной семантики слов-ассоциатов.

В ходе анализа материала были отобраны семантические признаки, по которым шел процесс переосмысления во вторичных номинациях. Все зафиксированные признаки были классифицированы по способу репрезентации средствами того или иного культурного кода, по типу и знаку содержащейся в них оценки. Выявленные лексемы с коннотативной семантикой были соотнесены по признакам, лежащим в их основе, с гендерными моделями русской культуры – патриархатной и матриархатной.

Анализ вторичных номинаций исследуемой части АВС показал, что образы, находящиеся в основе переосмысленных гендерно маркированных значений, являются отражением способа национального мировоззрения и могут быть определены в рамках культурных кодов.

«Код в лингвосомиотике культуры – это система означивания, т.е. сформированная стереотипами этнокультурного сознания конфигуративная совокупность знаков и механизмов их применения с целью осуществления двух взаимосвязанных процессов:

- а) образования и структурирования довербальных смыслов и
- б) их вербализации в ходе обработки, преобразования, хранения и передачи внегенетической информации в рамках определенной коммуникативно-прагматической парадигмы» [Алефиренко, 2002: 69].

Языковое кодирование культурно-исторического опыта в значении языкового знака упорядочивает ценностно-смысловые связи, существующие в границах той или иной лингвокультурной общности, причем координирующие механизмы языка служат своего рода «матрицей» семантизации познаваемого пространства. Процесс семантизации охватывает разнообразные миры бытия человека. В результате постижения они оказываются включенными в широкий контекст практического и духовного освоения реальности.

Сам по себе смысл не обладает какой-либо культурной значимостью. Вот почему предметом культурной семантизации служат смысловые отношения, уже объективированные знаками и охваченные системой сложившегося в данном обществе культурного знания. Процесс культурной семантизации, таким образом, связан со взаимодействием категорий языка, культуры и мышления. С точки зрения языковой системы речь идет о вторичных знаковых образованиях. Иначе говоря, семантические процессы вторичного генезиса позволяют путем смысловой реконструкции постичь культурную ценность предмета мысли. При этом мир значений предуготовляет постижение данного предмета, предопределяет отношение к нему.

Допустимо и обратное, когда смысл предшествует созданию культурных значений и знаковых средств, их объективирующих. Это происходит в том случае, если культурные значения составляют основу мифологического сознания.

Для фильтрации нужной информации общество формирует специальные коды, с помощью которых в сознании человека оказывается только коммуникативно значимые смыслы. Характерной для носителей одного этнокультурного сознания становится только та информация, которая имеет коммуникативно-прагматическую ценность в пределах данной культурной общности.

Разумеется, для языкового кодирования используется информация второго типа. Она может оказаться весьма отдаленной от мифологической системы мышления, но важной для коммуникативной деятельности представителей лингвокультурной общности. В нашем случае такой информацией является суеверный обычай, который стал устойчивым смысловым элементом-этимологом этнокультурного знания, характеризующего представительниц женского пола.

Итак, можно утверждать, что первичный способ кодирования – закрепление за предметом или понятием (представлением) знака, замещающего его в мышлении. При этом следует помнить, что словесный образ или внутренняя форма номинанта регистрирует не все признаки и свойства денотата. При создании материальной оболочки и значения языкового знака из множества свойств предмета отбираются только те, которые наиболее существенны для жизнедеятельности человека в пространстве данного этнокультурного сообщества.

В процессе вторичной семантизации знак вторичной номинации служит средством объективации смыслов из сферы жизненно значимых отношений, выступает способом переосмысления элементов этнокультурного сознания. Предметно-практические и когнитивные механизмы вторичной номинации взаимодействуют в точках пересечения личности человека с окружающим его

миром, там, где смыкаются сферы человеческого бытия и его собственной самоорганизации как существа социального и рефлексивного [Мамардашвили, 1997].

Культурные коды универсальны, однако их реализация всегда обусловлена национальной культурой.

В исследуемых данных, полученных в ходе нашего эксперимента, мы обнаружили образы следующих культурных кодов:

1) антропоморфного культурного кода, репрезентирующего образ человека и частей его тела (например, *ребенок, человек*);

2) биоморфного культурного кода, репрезентирующего образы животных, птиц, насекомых, растений (например, *кошка, цветок*);

3) фетишного культурного кода, репрезентирующего образы предметов обихода, построек, жилища, его деталей; одежды; пищи; веществ, металлов, минералов и т.д. (например, *машина, каменная стена*);

4) анимического культурного кода, репрезентирующего образы явлений природы (например, *море, звезда*);

5) мифологического культурного кода, репрезентирующего образы религиозных представлений человека, сказочных персонажей и т.п. (например, *Бог, богатырь*);

6) терминологического культурного кода, репрезентирующего образы военными, морскими, математическими и др. терминами (например, *модель*);

7) акционального культурного кода, репрезентирующего образы той или иной деятельности (например, *вдохновительница*);

8) ономастического, репрезентирующего имена известных литературных героев, деятелей истории и культуры (например, *Ева, Донжуан*);

9) предметного, репрезентирующего образы абстрактных предметов (например, *основа, мир*).

По данным анализа, в женском ассоциативном поле «Женщина» представления о женщине репрезентируются всеми отмеченными нами культурными кодами. Наибольшее число репрезентаций осуществляется биоморфным, акциональным, ономастическим и предметным кодами культуры. Приведем количественные показатели употребления того или иного кода по убыванию: биоморфный (4), акциональный (4), ономастический (3), предметный (3), мифологический (2), антропоморфный (2), анимический (1), терминологический (1), фетишный (1).

Все извлеченные из семантики вторичных номинаций признаки могут быть классифицированы по знаку содержащейся в них оценки, причем некоторые признаки могут быть квалифицированы и как положительные, и как отрицательные. Например, семантический признак 'неразгаданная', легший в основу вторичной номинации *загадка*, именующей женщину, может быть классифицирован как положительный, если женщина оценивается в матриархатной модели мира (*женщина – существо, непостижимое человеческим разумом, поскольку она выше смертных, она божество*), и как отрицательный, если женщина оценивается в патриархатной модели мира (*женщина – существо низшее, она непредсказуема, от нее можно ожидать опасность*). Положительные квалификации признаков преобладают над отрицательными (положительных – 20, отрицательных – 9).

Отнесение к моделям культуры – патриархатной и матриархатной – осуществлялось таким образом, что четко дифференцированные признаки были отнесены к той или другой модели, а признаки, которые могут быть квалифицированы по-разному, были отнесены к двум моделям одновременно. Так, например, признаки 'невинность', 'красивая', 'молодая' являются актуальными для любой из моделей. Признаки, соотносимые с матриархатной моделью (19), преобладают над признаками, сопоставимыми с патриархатной моделью культуры (12).

По данным анализа, в мужском ассоциативном поле «Женщина» представления о женщине репрезентируются не всеми зафиксированными нами культурными кодами: среди кодов отсутствует фетишный. Наибольшее число репрезентаций реализуется биоморфным и антропоморфным кодами культуры. Приведем количественные показатели использования того или иного кода по убыванию: биоморфный (7), антропоморфный (4), мифологический (3), ономастический (2), предметный (2), анимический (2), терминологический (2), акциональный (1).

Количественный показатель сенсорных квалификаций выделенных семантических признаков равен числу сублимированных квалификаций и составляет 21 употребление. На последнем месте по употребительности находятся рационалистические квалификации, их число составляет 11. Положительные квалификации признаков преобладают над отрицательными (положительных – 19, отрицательных – 10).

Признаки, соотносимые с патриархатной моделью (21), преобладают над признаками, сопоставимыми с матриархатной моделью культуры (10).

По данным анализа, в женском ассоциативном поле «Мужчина» представления о мужчине репрезентируются не всеми зафиксированными нами культурными кодами: среди кодов отсутствует терминологический. Наибольшее число репрезентаций реализуется мифологическим, антропоморфным и акциональным кодами культуры. Приведем количественные показатели использо-

зования того или иного кода по убыванию: мифологический (5), антропоморфный (5), акциональный (4), фетишный (3), биоморфный (2), анимический (2), ономастический (1), предметный (1).

Сенсорные квалификации выделенных семантических признаков преобладают над сублимированными и рационалистическими: их количественный показатель полностью соответствует числу всех вторичных номинантов женского АП «Мужчина» (23). На втором месте по употребительности находятся сублимированные квалификации, их число составляет 21. Рационалистические оценки встретились в данной части АП 17 раз, что значительно превышает количество таких в женском АП «Женщина».

В данной части АВС некоторые признаки могут быть квалифицированы и как положительные, и как отрицательные. Например, семантический признак 'поступать по-детски, наивно, не рассуждая', легший в основу вторичной номинации *ребенок*, именующей мужчину, может быть классифицирован как положительный, если мужчина оценивается с точки зрения нравственной (*мужчина поступает наивно, не рассуждая, в нем нет коварства, вероломства, и это хорошо*), и как отрицательный, если мужчина оценивается на основании рационалистической шкалы квалификаций (*мужчина поступает наивно, не рассуждая, на него нельзя положиться, он не способен решать прагматические задачи обыденной жизни, и это плохо*). Положительные квалификации признаков преобладают над отрицательными (положительных – 22, отрицательных – 7).

Признаки, соотносимые с патриархатной моделью (21), преобладают над признаками, сопоставимыми с матриархатной моделью культуры (8).

Представления о мужчине в мужском ассоциативном поле «Мужчина» репрезентируются далеко не всеми культурными кодами: среди кодов отсутствуют акциональный, ономастический, терминологический и предметный. Наибольшее число репрезентаций реализуется антропоморфным и анимическим кодами культуры. Приведем количественные показатели использования того или иного кода по убыванию: антропоморфный (6), анимический (3), биоморфный (2), мифологический (2), фетишный (2).

Анализ вторичных номинаций исследуемой части ассоциативно-вербального сознания, по данным опроса студентов тульских вузов, показал, что образы, находящиеся в основе переосмысленных гендерно маркированных значений, являются отражением способа национального мировидения и могут быть определены в рамках культурных кодов, гендерных моделей культуры.

Список литературы References

1. Алефиренко, Н. Ф. Поэтическая энергия слова. Синергетика языка, сознания и культуры / Н. Ф. Алефиренко. – М.: Acaddemia, 2002. – 394 с.
Alefirenko, N.F. Energy Poetic words. Synergetics of language, consciousness and culture / NF Alefirenko. – М.: Acaddemia, 2002. – 394 p. (in Russian)
2. Мамардашвили, М. К. Символ и сознание: Метафизические рассуждения о сознании, символике и языке / М. К. Мамардашвили, А. М. Пятигорский. – М.: Языки рус. культуры, 1997. – 225 с.
Mamardashvili, M.K. Character and consciousness: Metaphysical arguments about consciousness, symbolism and language / Mamardashvili and AM Pyatigorskiy. – М.: Russian languages. Culture, 1997. – 225 p. (in Russian)