

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра теории, истории языка и прикладной лингвистики

**Гендерная специфика языкового сознания носителя русского языка
(на материале ассоциативных полей «грусть», «удивление»,
«радость», «отвращение»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента (ки) 4 курса 441 группы
направления 45.03.03 Фундаментальная и прикладная лингвистика
Института филологии и журналистики
Семиной Яны Сергеевны

Научный руководитель

Канд. филол. наук, доцент

Е. В. Старостина

Зав. кафедрой

докт. филол. наук, профессор

О. Ю. Крючкова

Саратов 2026 г.

В настоящее время в лингвистике особая роль отводится антропоцентрическому подходу, в центре которого находится человек с его сознанием и языком. Одним из наиболее успешных методов анализа языкового сознания человека является ассоциативный эксперимент, который позволяет определить ассоциативное значение слова, выявить глубинные процессы, происходящие в языковом сознании индивида.

В данной работе рассматривается проявление категории гендера в ассоциативном поведении человека. Гендерный фактор, наряду с социальным и культурным факторами, оказывает значительное влияние на формирование языкового сознания, что проявляется в речи носителей языка. Доказано, что в ассоциативном реагировании мужчин и женщин наблюдаются определённые различия [Горошко 1996; Черепанов 2017; Вариясова 2012].

Объект исследования — полученные от мужчин и женщин в результате свободного ассоциативного эксперимента ассоциативные поля «грусть», «удивление», «радость», «отвращение».

Предмет исследования — различия в содержании и структуре данных ассоциативных полей, обусловленные гендерной принадлежностью испытуемого.

Цель работы — описать особенности реагирования мужчин и женщин на стимулы, являющиеся именами эмоций; опираясь на данные, полученные в ходе ассоциативного эксперимента, выявить, влияет ли гендер на ассоциативное поведение испытуемого.

В соответствии с данной целью необходимо было решить следующие **задачи**:

1. Изучить работы о выделении базовых эмоций, о гендерной специфике речевого поведения, а также работы, посвященные выявлению особенностей мужского и женского языкового сознания при помощи метода свободного ассоциативного эксперимента.

2. Провести свободный ассоциативный эксперимент с испытуемыми разного пола, предъявив в качестве стимулов слова «грусть», «удивление», «радость», «отвращение».

3. Провести количественный анализ полученных ассоциативных полей, отдельно рассмотрев ассоциативные поля мужчин и женщин, выявить их особенности.

4. Провести фреймовый анализ ассоциативных полей, сопоставить женские и мужские реакции и определить сходства и различия полученных фреймов.

5. Сделать выводы о специфике мужского и женского ассоциативного поведения.

Материалом исследования послужили четыре ассоциативных поля — «грусть», «удивление», «радость», «отвращение», полученные в результате свободного ассоциативного эксперимента. Данные поля содержат реакции мужчин и женщин, являющихся носителями русского языка и относящихся к возрастной группе от 19 до 34 лет. На каждый стимул было получено 130 реакций; общий объём исследованного материала — 520 реакций, из них: женских — 240 реакций, мужских — 280 реакций.

Методы исследования — количественные методы анализа ассоциативных полей (метод вычисления степени наложения ассоциативных полей (по формуле Диза), метод вычисления стандартности полей по «главным ассоциатам»), метод фреймового анализа ассоциативного поля, сопоставительный метод.

Структура работы: работа состоит из введения, заключения, двух глав, списка литературы и приложений, в которых приводятся списки мужских и женских ассоциативных реакций на слова-стимулы «грусть», «удивление», «радость», «отвращение».

Основное содержание работы. Первая глава «Гендер и эмоции. Психолингвистический подход к изучению языкового сознания» посвящена анализу ключевых трудностей, связанных с изучением базовых эмоций. В ней

рассматриваются различные интерпретации понятия «эмоция», подходы к выделению базовых эмоций, понятия лексики эмоций и эмоциональной лексики. Особое внимание уделяется гендерным исследованиям, гендерной специфике речевого поведения. Глава отражает важность изучения особенностей мужского и женского ассоциативного реагирования для определения различий в языковом сознании мужчин и женщин.

В разделе 1.1 «Что такое эмоции? Проблема выделения базовых эмоций» рассматриваются подходы к определению понятия «эмоция». Эмоции — важная часть жизни человека. Они образуют ядро личности и отражаются в языке и речи. Однако точного определения этого понятия до сих пор не найдено. Это подтверждается разнообразием работ, посвященных эмоциям. В разделе рассматриваются также различные классификации базовых эмоций и критерии к их выделению.

В разделе 1.2 «Эмотивная лексика, её классификации» проводится разграничение между лексикой эмоций, которая включает слова, предметно-логическое значение которых составляют понятия об эмоциях (слова типа «боязнь»), и эмоциональной лексикой, которая включает эмоционально окрашенные слова, позволяющие выражать эмоции того, кто говорит. В разделе также рассматриваются эмотивная лексика, её классификации, понятие эмоциональности, которая является психологической категорией, и эмотивности, которая выступает как выражение психологического состояния человека с помощью языка.

В разделе 1.3 «Гендерная лингвистика и её основные положения» рассматриваются основные группы отечественных гендерных исследований, а также проводится разграничение между используемыми в них терминами «языковая картина мира» и «языковое сознание». Особое место в данных исследованиях занимает понятие гендера, которое, однако, используется не систематически. Некоторые исследователи отдают предпочтение термину пол, а иногда оба термина выступают в качестве синонимов.

Пол является врожденной характеристикой, с которой человек появляется на свет, его невозможно выбрать. Гендер, в свою очередь, формируется в процессе социализации индивида и отражает культурные нормы и ожидания. Это даёт основание утверждать, что существуют гендерные особенности эмоциональной сферы человека.

В разделе 1.4 «Гендерная специфика мужской и женской речи: способы выражения эмоций» рассматривается то, как разные исследователи изучают особенности мужской и женской речи. В разделе подчёркивается, что исследования различаются по методикам, изучаемым материалам, что позволяет более глубоко рассмотреть проблему гендерной специфики языкового сознания мужчин и женщин. Особое внимание уделяется гендерным исследованиям, в которых в качестве материала используются результаты ассоциативных экспериментов.

Последний раздел данной главы 1.5 «Фреймовый анализ ассоциаций как метод исследования специфики языкового сознания» описывает успешное применение фреймового анализа в лингвистике, варианты фреймовой структуры, содержит определение фрейма, объяснение различия между понятиями концепта и фрейма, которое заключается в признаках, которыми они обладают, а также в роли, за которую отвечает каждый из них.

Особое внимание уделяется работам, в которых в качестве материала исследования выступают ассоциативные поля. Фреймовый анализ ассоциативного поля, который позволяет структурировать полученные ассоциативные данные и выявлять специфику языкового сознания, доказал свою эффективность при изучении языкового сознания различных групп носителей языка.

Во второй главе «Гендерная специфика ассоциативных полей имён эмоций» были изучены ассоциативные поля слов-стимулов «грусть», «удивление», «радость», «отвращение», что позволило сделать выводы о гендерной специфике языкового сознания, выявить, влияет ли гендер на

ассоциативное поведение испытуемых, а также описать особенности реагирования мужчин и женщин на стимулы, являющиеся именами эмоций.

В разделе 2.1 «Методика сбора и анализа материала» описаны выбранные методы анализа ассоциативных полей имён эмоций, полученных в результате свободного ассоциативного эксперимента, который проводился с мужчинами и женщинами, входящими в возрастную группу от 19 до 34 лет. Испытуемым были предложены 4 основных слова-стимула и 3 фоновых, а также была дана инструкция ответить первыми пришедшими в голову словами-реакциями. Мужские и женские реакции на данные стимулы рассматривались отдельно. Всего было изучено 520 ассоциативных реакций (4 поля, в каждом из которых по 130 реакций), из них женских — 240 реакций, мужских — 280 реакций.

Основными методами исследования являются количественные методы анализа ассоциативного поля, позволяющие определить степень близости и различия мужских и женских полей, а также фреймовый анализ, поскольку сходство в языковом сознании и языковой картине мужчин и женщин может проявляться не только в наличии одинаковых реакций в рассматриваемых полях, но и в наличии общих семантических групп реакций. Именно такое сходство (или различие) позволяет выявить построение фрейма поля.

Раздел 2.2 «Результаты количественного анализа ассоциативных полей «грусть», «удивление», «радость», «отвращение»» посвящен описанию результатов, полученных после подсчёта степени наложения реакций, стандартности ассоциативных полей, а также выделения главных ассоциатов и единичных реакций.

Проведённый анализ показал, что в языковом сознании мужчин и женщин схожи представления о таких эмоциях, как «грусть» и «радость», и различны представления об эмоциях «удивление» и «отвращение». Женское языковое сознание оказалось более стереотипно, а языковое сознание мужчин более вариативно. У женщин всегда более чётко выделено ядро и меньше единичных реакций, в отличие от мужчин, в реакциях которых отмечается

маленькое ядро и большое количество единичных реакций. Для обеих групп респондентов самая высокая стандартность оказалась у поля «грусть», что говорит о высокой степени предсказуемости реакций на данное слово-стимул, а самая низкая — у поля «отвращение», где реакции имеют более ярко выраженную индивидуальную и гендерную специфику. Наиболее полно гендерные различия проявились в реакциях на слово-стимул «отвращение». Анализ единичных реакций показал, что наименьшую крайнюю периферию имеют ассоциативные поля «грусть» и «радость», а наибольшую — «удивление» и «отвращение».

Исследование, проведённое в разделе 2.3 «Результаты фреймового анализа ассоциативных полей «грусть», «удивление», «радость», «отвращение»» показало, что построение фрейма поля позволяет выявить сходства и различия в языковом сознании мужчин и женщин, проявляемое в наличии общих семантических групп реакций.

В данном разделе также была определена структура фрейма, при построении которого мы опирались на фрейм предметного существительного, составленный В. Е. Гольдиным [Гольдин 2010: 97-101]. Однако выбранные нами слова-стимулы являются абстрактными существительными, поэтому структура фрейма была видоизменена.

Во-первых, в нашем фрейме отсутствуют слоты «Меронимы S» (абстрактное понятие на разлагается на части), «Символическое использование S» (абстрактные существительные в целом и названия эмоций в частности не используются в символическом значении), «Действия, состояния, деятельность». Во-вторых, слот «Аксессуары S» был переименован в «Сопутствующие S предметы и явления в типичных ситуациях», а подслот «предметы того же рода, что и S» — в «явления того же рода, что и S», что также может быть объяснено характером выбранных нами стимулов. В слоте «Качества, оценки S» подслот «параметрические» был переименован на «метафорические», поскольку прилагательные, обозначающие цвет, форму, размер и другие параметры в сочетании с абстрактными существительными

приобретают метафорическое значение.

Был добавлен слот «Повод», в который вошли реакции со значением «обстоятельство, способное быть основанием для чего-н.». Также в данном слоте были выделены подслоты «внешние поводы», связанные с явлениями окружающего мира, и «внутренние поводы», связанные с чувствами и переживаниями. Во фрейме «отвращение» для подслота «внешние поводы» были выделены также отдельные группы реакций, называющие то, что может вызывать отвращение (люди и животные; предметы, продукты питания, напитки; события и явления; что-то неприятное; природные явления).

Посредством фреймового анализа ассоциативных полей нам удалось выявить не только различия, но и сходства в реакциях испытуемых. Выяснилось, что во всех ассоциативных полях в слоте «Предметно-логические связи S» часто наблюдаются совпадения в мужских и женских реакциях. Также в большинстве случаев совпадения наблюдаются и в подслоте «синонимы слова-стимула».

Наиболее ярко гендерные различия ассоциативного реагирования видны в слоте «Повод», что, по-видимому, связано с различными интересами испытуемых. Больше всего в данном слоте различаются реакции для стимулов «удивление» и «отвращение». Меньше различий встречается для стимулов «радость» и «грусть», что подтверждает наличие сходства данных полей, выявленное на этапе количественного анализа.

В заключении подводятся итоги исследования. В данной выпускной квалификационной работе был проведён количественный и качественный анализ ассоциативных полей имён эмоций. Были изучены как сходства, так и различия мужских и женских полей. Был проведён свободный ассоциативный эксперимент, выделены главные ассоциаты полей, единичные реакции, подсчитана стандартность и степень наложения полей, а также проведён фреймовый анализ каждого поля.

Сопоставление наших результатов с результатами других исследователей показало, что в целом выводы совпадают. В нашей работе

подтвердилась такая особенность, как влияние интересов респондентов на их реакции, выявленная в исследовании И.Е. Черепанова [Черепанов 2017]. Наблюдается как совпадение интересов испытуемых, которое отражается в их реакциях (например, на слово-стимул «удивление» возникают реакции, связанные с работой, из них женские — *работа, зарплата*, мужские — *начальство*), так и различие: мужские реакции — *философия, космос, машина*, женские — *цветы*. На слово-стимул «радость» также отмечаются разнообразные реакции в зависимости от интереса испытуемых: женские реакции — *дом, декрет*, мужские — *звездопад*. Различие в интересах респондентов приводит к разнообразию реакций, которое больше характерно для мужчин.

Преобладание в женских реакциях прилагательных, отмеченное Е.И. Горошко [Горошко 1996], подтвердилось и в нашем исследовании. Среди женских реакций на все четыре слова-стимула были обнаружены следующие прилагательные — *голубой, синий, жёлтый, желаемое, пьяный, зелёный*. Среди мужских реакций на все четыре слова-стимула встретилось только три прилагательных — *невозможное, новое, зелёный*. Указанная в исследовании Е.И. Горошко [Горошко 2003: эл. ресурс] особенность, касающаяся различия в показателе уровня стереотипности реакций, также проявилась и в нашей работе. Для всех четырёх слов-стимулов женский показатель был выше, чем у мужчин, следовательно, можно предположить, что женское языковое сознание более стереотипно, стандартно, а языковое сознание мужчин более подвижно, вариативно. Анализ наших практических данных также доказывает утверждение Е.И. Горошко о том, что мужское и женское ассоциативное поведение обнаруживает больше сходств, чем различий.

Мы выяснили, что выдвинутая нами гипотеза о существовании гендера как фактора, влияющего на языковое сознание носителя языка, подтвердилась. Наше исследование показывает, что мужчины и женщины по-разному структурируют свой эмоциональный опыт в языке. Рассмотрев ассоциативные поля выбранных нами стимулов, можно сделать вывод, что гендер

действительно влияет на ассоциативное поведение испытуемых, однако в структуре данных полей всё же больше общего, чем различного. В языковом сознании мужчин и женщин более схожи представления о таких базовых эмоциях, как «грусть» и «радость», и наиболее различны представления об эмоциях «удивление» и «отвращение».

Список цитируемой литературы

1. Вариясова, Е. В. Влияние гендерного фактора на ассоциативное поведение участников рекламной коммуникации // Вестник ТГПУ. — 2012. — №10 (125). — С. 151-153.
2. Гольдин, В.Е. Концептуальные переменные образа мира по данным ассоциативных словарей / В.Е. Гольдин // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: по материалам ежегодной междунар. конф. «Диалог» (Бекасово, 13.26–30 мая 2010 г.). — 2010. — №. 9 (16). — С. 97–101.
3. Горошко, Е. И. Особенности мужского и женского вербального поведения (психолингвистический анализ) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Елена Игоревна Горошко ; науч. рук. А. М. Шахнарович. — Москва, 1996. — 179 с.
4. Горошко, Е. И. Языковое сознание: гендерная парадигма. [Электронный ресурс] / Е. И. Горошко. URL: <https://www.textology.ru/article.aspx?aId=43> (дата обращения 03.04.2026). — Загл. с экрана. — Яз. рус.
5. Черепанов, И. Е. Влияние гендерного фактора на реакции испытуемых в ассоциативном эксперименте / И. Е. Черепанов // Вопросы психолингвистики. — 2017. — №3 (33). — С. 202 – 217.