

Гендерний аспект моделювання зовнішнього образу українців

Роботу виконано на кафедрі історії та культури української мови ВНУ ім. Лесі Українки

У статті проаналізовано результати соціолінгвістичного експерименту, мета якого – дослідити гендерний аспект моделювання зовнішнього образу українців. Соціолінгвістичні методи дослідження дали можливість вивчити специфіку мовного портретування українців різними віковими, соціальними та статевими групами.

Ключові слова: гендерний аспект, ідеальний образ, соціолінгвістичний експеримент, автостереотип, реципієнт, соматизм.

Ляшук Н. В. Гендерный аспект моделирования внешнего образа украинцев. В предлагаемой статье анализируются результаты социолингвистического эксперимента, цель которого – изучить гендерный аспект моделирования внешнего образа украинцев. Социолингвистические методы исследования дали возможность изучить специфику языкового портретирования украинцев разными возрастными, социальными и половыми группами.

Ключевые слова: гендерный аспект, идеальный образ, автостереотип, социолингвистический эксперимент, реципиент, соматизм.

Liashuk N. V. The Gender Aspect of the Creation of the Ideal Ukrainian Portrait. The article deals with the results of the sociolinguistic experiment which the aim is to research into the gender aspect of the creation of the ideal Ukrainian portrait. The sociolinguistic methods of the research give the possibility to study the peculiarity of the linguistic Ukrainians portrait by age, social and sex groups.

Key words: gender aspect, ideal portrait, autostereotype, sociolinguistic experiment, recipient.

Постановка наукової проблеми та її значення. Важливу роль у соціолінгвістичних дослідженнях відіграють гендерні стереотипи, які репрезентують уявлення про якості та норми мовної діяльності чоловіків та жінок і виявляються за допомогою соціально-культурних ролей. Зокрема, психологи подають таке визначення: “гендерні стереотипи – спрощені, стандартизовані, стійкі, емоційно насичені, ціннісно означені, полярні за знаком оцінки, жорстко фіксовані образи чоловіка і жінки, які спонукають до певного ставлення” [1, 134].

Загальний аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Останнім часом з’явилася низка робіт (Л. О. Ставицька [4], М. М. Дмитрієва [3], К. І. Горошко [2], А. М. Холод [5], О. С. Фоменко [6] та ін.), в яких зроблена спроба системного осмислення й опису мови у зв’язку з феноменом статі, проводиться систематизація методологічних підходів для дослідження гендерних проблем у мовознавстві. Варто зазначити, що гендерні дослідження характеризуються яскраво вираженим міждисциплінарним характером.

Найпоширеніший у сучасних гендерних дослідженнях соціопсихолінгвістичний підхід, який передбачає “жіночу” та “чоловічу” мову, особливості мовної поведінки статей. У таких дослідженнях статистичні показники чи визначення середніх параметрів набувають провідної значимості й створюють каркас для побудови психолінгвістичних теорій чоловічого та жіночого типів мовленнєвої поведінки [3, 2].

Тому, вивчаючи автостереотипи українців, одним із векторів дослідження ми обрали гендерний аспект створення вербальних портретів українців сучасними мовцями. **Мета** нашого дослідження – проаналізувати гендерну специфіку зображення зовнішнього образу українців сучасними мовцями.

Для досягнення поставленої мети здійснено соціолінгвістичний експеримент методом анкетування. Респондентам було запропоновано описати вказані в анкеті соматизми як ідеальні для української дівчини та хлопця, а також не бажані для ідеалу риси.

Експеримент проводився серед представників міста Луцька та Волинської області. Вибіркою охоплено три основні соціальні групи: школярі (25,5 %), студенти (40,7 %), респонденти віком від 25

до 55 років (33,8 %). Серед опитаних: представники жіночої статі – 55,2 %, представники чоловічої статі – 44,8 %. Формування саме такої вибірки зумовлене необхідністю відстеження та порівняння автостереотипів, створених респондентами різних вікових і соціальних груп, а гетерогенна вибірка дасть можливість дослідити гендерний аспект формування автостереотипів.

Зібраний та підрахований фактичний матеріал дав змогу створити ідеальні образи українки та українця в уявленні представлених трьох вікових груп і провести порівняльний аналіз. Обробка емпіричних даних починалася з одномірного аналізу – підрахунку абсолютних величин, їх процентного розподілу, визначення середнього арифметичного і стандартного відхилення.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування результатів дослідження. Гендерна психологія з-поміж різних груп стереотипів виділяє стереотипи, пов'язані з привабливістю, критеріями оцінки зовнішності чоловіка та жінки. Маскулінність і фемінність є нормативними уявленнями про соматичні, психічні та поведінкові особливості жінок і чоловіків. Зміст стереотипів у конкретному суспільстві певною мірою відображає його гендерну культуру [1, 38].

Цілеспрямований соціолінгвістичний експеримент дає можливість, з одного боку, порівняти особливості мовних портретів українки та українця, створеними різними віковими групами респондентів, а з іншого, – простежити специфіку чоловічої та жіночої мовної поведінки у вираженні ідеальних та небажаних для ідеалу рис українців.

Відповіді, представлені в експерименті соціально-вікових груп, систематизувалися та аналізувалися по чергово і показали такі результати. Створений школярами образ української дівчини досить стереотипний, про що свідчать однакові частотні відповіді осіб жіночої (перший показник) та чоловічої (другий показник) статі: голова *овальна* (56 %/46 %), обличчя *овальне* (46 %/42 %), волосся *довге* (37 %/35 %), *рум'яні* щоки (44 %/43 %), *зуби білі* (63 %/65 %), *вуха маленькі* (40 %/50 %), *плечі вузькі* (54 %/65 %), *ноги довгі* (46 %/44 %), *постава рівна* (50 %/42 %), *зріст середній* (71 %/54 %).

Проте дослідження виявило ряд відмінностей, які демонструють специфіку жіночого та чоловічого уявлення ідеальної українки школярами. Зокрема, великий відсоток школярів вважає, що в українки має бути *розумна* (16 %) голова, *смугле* (10 %) обличчя, *темні* (12 %) брови, *рожеві* (19 %) щоки, *повні* (17 %) вуста, *маленький* (27 %) ніс, *ніжна* (19 %) шкіра, *ніжні* (2 %) руки, *струнка* (25 %) талія, *високий* (23 %) лоб, *великий* (15 %) рот. На відміну від них школярі чоловічої статі подають такі характеристики: *кругла* (23 %) голова, *приємне* (23 %) обличчя, *пухкі* (25 %) щоки, *рожеві* (44 %) вуста, *короткий* (25 %) ніс, *чорні* (33 %) брови, *засмагла* (33 %) шкіра, *середні* (25 %) руки, *вузька* (31 %) талія, *середній* (42 %) лоб, *малий* (23 %) рот.

Варто звернути увагу, що лише особи жіночої статі вказують на інтелектуальний рівень ідеальної українки (*розумна голова*). Юнаки вважають цей фактор необов'язковим для красивої українки і характеризують лише форму голови (*овальна, округла*).

Особи чоловічої статі серед школярів частіше використовують прикметники, які не дають конкретного опису зовнішності, наприклад: *приємне* (22 %) обличчя, *середні* (25 %) руки, *середній* (42 %) лоб, *середній* (58 %) рот. Очевидно, дівчатам легше вербально виразити свій ідеал краси і детально описати усі риси зовнішності, ніж хлопцям.

Ідеальний образ українського хлопця теж постає досить стереотипним в уявленні представників обох статей школярів. Однаково красивими вважають такі риси зовнішності українця: голова *овальна* (52 %/58 %), обличчя *овальне* (44 %/40 %), очі *карі* (44 %/42 %), *рум'яні* щоки (46 %/40 %), *зуби білі* (69 %/77 %), *вуха середні* (60 %/79 %), *плечі широкі* (67 %/90 %), *ніс рівний* (42 %/58 %), *постава рівна* (50 %/42 %), *зріст середній* (71 %/54 %).

Статистичні дані демонструють розбіжності в уявленні юнаків та дівчат про такі риси зовнішності українського хлопця: вуста дівчата називають ідеальними *середнього розміру* (35 %), *повні* (29 %), юнаки – *тонкі* (44 %), *малі* (23 %); більшість школярів вважають, що шия має бути *довга* (46 %), а юнаки – *широка* (36 %); дівчата вказують, що в українця обличчя має бути *смугле* (15 %), юнаки – *розумне* (25 %); ноги дівчата фіксують *рівні* (3 %), школярі – *накачані* (25 %), талію дівчата фіксують *струнку* (33 %), *накачану* (21 %), юнаки – *тонку* (4 %), *худу* (33 %).

Цікаво, що юнаки (в більшості відповідей) вказують на розумний вираз обличчя лише в українця, а дівчата фіксують наявність розумної голови лише в українки.

Наступна група респондентів – студенти, відповіді котрих значною мірою підтверджують зроблені вище висновки про гендерні особливості створення мовного образу українців. Відмінності у відображенні ідеалу української дівчини особами різних статей представників студентства виражаються вибором мовних засобів для оцінки соматизмів. Студенти жіночої статі для опису окремих частин тіла переважно послуговуються параметрами кольору: *чорний* (18 %) колір волосся, *рожеві* (24 %) щоки, *рожеві* (23 %) вуста, *смуглу* (28 %) чи *світлу* (18 %) шкіру. Студенти чоловічої статі використовують прикметники зі значенням форми тіла: *пухкі* (31 %) щоки *високий* (34 %) лоб, *повні* (26 %) вуста. Очевидно, що декілька різних характеристик суттєво змінюють загальний образ-портрет української дівчини. Це вказує на вияв у автостереотипах гендерної специфіки.

Варто зауважити, що 20,5 % студентів чоловічої статі для опису ідеальної талії українки використовують цифрові параметри 90×60×90 – загальновідомі критерії жіночої фігури, сформовані під впливом західної культури та сучасних мас-медіа.

Основні відмінності мовного портрета українського хлопця полягають в уявленні про голову, обличчя, щоки, вуста, шию, шкіру, плечі, руки, талію, лоб, рот, волосся, поставу. Особи жіночої статі ідеальними вважають *середню* (21 %) голову, *смугле* (24 %) обличчя, *середні* (16 %) щоки, *пухкі* (28 %) вуста, *довгу* (17 %) шию, *чисту* (16 %) шкіру, *середніх розмірів* (31 %) талію, *середній* (53 %) лоб, *чорне* (35 %) волосся, *великі* (25 %) руки, *середній* (62 %) рот, *струнку* (60 %) поставу. Особи чоловічої статі ідеальними вважають *розумну* (22 %) голову, *мужнє* (16 %) обличчя, *худі* (37 %) щоки, *тонкі* (25 %) вуста, *широку* (22 %) шию, *засмаглу* (30 %) шкіру, *худу* (29 %) талію, *сильні* (32 %) руки, *високий* (43 %) лоб, *коротке* (49 %) волосся, *великий* (40 %) рот, *рівну* (36 %) поставу. Показово, як засвідчує наше дослідження, що в уявленні студентів образ українки більш узгоджений, ніж образ українця.

Значно менше розбіжностей в уявленні представників старшого віку різної статі про образ української дівчини. Мовний образ українки у респондентів віком від 25 до 55 років найбільш узгоджений, стереотипний: 14 із 20-ти характеристик соматизмів виявились тотожними прикметниковими описами з однаковими рейтинговими показниками. Спостережено відмінності в описі щік, обличчя, брів, носа, рук, шкіри. Жінки вказують на *миле* (17 %) обличчя, *тонкі* (30 %) брови, *рожеві* (27 %) щоки, *кирпатий* (18 %) ніс, *тендітні* (17 %) руки, *світлу* (32 %) шкіру. Чоловіки вказують на *кругле* (21 %) обличчя, *темні* (28 %) брови, *пухкі* (23 %) щоки, *прямий* (26 %) ніс, *тонкі* (28 %) руки, *чисту* (23 %) шкіру.

Ідеальний образ українського хлопця менш узгоджений у представників різної статі старшого віку, ніж образ української дівчини. Чоловіки та жінки подали різні реакції на стимули: голова, брови, вуста, щоки, ніс, шкіра, талія, ноги, рот. Описуючи окремі частини тіла, чоловіки й жінки добирають синоніми, які різняться певним смисловим відтінком, наприклад: вуста – *пухкі* (35 %) / *повні* (28 %), ніс – *прямий* (31 %), *рівний* (33 %). Проте високочастотні відповіді чоловічої та жіночої груп респондентів формують також антонімічні пари (шкіра – *смугла* (38 %) / *світла* (40 %), рот – *малий* (19 %) / *великий* (46 %)), які впливають на семантичну структуру автостереотипу.

Гендерні відмінності нам репрезентує порівняльний аналіз не бажаних для ідеалу рис українців.

Неідеальний образ українців в уявленні школярів має досить детальний опис зовнішніх рис. Спостережено, що школярі-хлопці в змалюванні не бажаних для ідеалу рис української дівчини виявляють більше агресії, ніж дівчата, яка виражена в гіперболізації певних характеристик, наприклад: *перекошене* (27 %) обличчя, *зарослі* (21 %) брови, *горбатий* (25 %) ніс, *крива* (46 %) постава. Натомість, школярки вибирають більш лояльні засоби опису неідеальних рис українки: *густі* (25 %) брови, *бліді* (36 %) щоки, *довгий* (15 %) ніс, *згорблена* (39 %) постава. Проте щодо образу українського хлопця, школярки фіксують теж малоймовірні характеристики з негативною конотацією: *лисий* (27 %), *зарослі* (17 %) брови, *горбатий* (27 %) ніс. Тобто, гендерна специфіка в створенні неідеального образу школярами виражається в певній “статевій корпоративності” та критичному ставленні до протилежної статі.

Порівняльний аналіз неідеальних образів українців за гендерним принципом дав змогу стверджувати, що в уявленні студентів чоловічої статі більшою мірою спостерігається диференціація чоловічих та жіночих неідеальних рис. Тобто, коли студентки однаково характеризували соматизми

(обличчя, брови, очі, вуста, ніс, шия, шкіра, талія) українки й українця, то студенти-чоловіки надавали цим соматизмам різних характеристик, диференціюючи чоловічі та жіночі некрасиві риси. Наприклад: брови *широкі* (37 %) / *рідкі* (38 %), очі *вузькі* (25 %) / *голубі* (27 %), вуста *тонкі* (34 %) / *повні* (35 %), шия *широка* (31 %) / *довга* (37 %) – де перші характеристики жіночі, другі чоловічі.

До типових чоловічих асоціацій, хоча з малим відсотком (6,8 %), увійшли реакції *балакучий, говіркий* рот, які виражають небажані для ідеалу риси української дівчини. Такі характеристики сприймаються, як вияв чоловічої іронії щодо властивих жінкам рис: активної комунікативності та емоційності. На основі сказаного вище можна погодитися із твердженням Л. О. Ставицької, що “чоловіки охоче демонструють свою статеву корпоративність..., жіночі мови тяжіють до стандарту і в жіночій комунікації акцент із групового спілкування переноситься на міжіндивідуальне” [4, 165].

Створюючи портрет української дівчини, респонденти старшого віку різної статі у своїх найчастотніших відповідях по-різному охарактеризували лише не бажане для ідеалу обличчя. Жінки переважно фіксують *квадратне* (23 %) та *скривлене* (20 %) обличчя, чоловіки – *видовжене* (23 %), *прищаве* (18 %).

В уявленні неідеальних рис українського хлопця чоловіками та жінками зафіксовані розбіжності щодо таких об'єктів: обличчя, волосся, брови, очі, ніс, шкіра, руки, ноги, рот. Чоловічі та жіночі реакції на стимули *волосся* та *брови* в хлопця мають подібне семантичне навантаження; жінкам не подобаються *світлі* (43 %) брови та *світле* (26 %) волосся, чоловіки вказують конкретний колір – *білий*. Повна протилежність спостерігається в зображенні кольору *шкіри*; жінки виявляють свою антипатію до *білої* (32 %) та *блідої* (20 %) шкіри, а чоловіки до *темної* (33 %) та *чорної* (26 %).

Гендерна специфіка мовного зображення зовнішності українців чіткіше простежується в мало-частотних та одиничних відповідях, якими не можна нехтувати, аналізуючи результати соціолінгвістичного дослідження, адже кожна вербально виражена асоціація несе інформацію про мовну свідомість представника певної соціальної, вікової чи статевої групи.

Отже, гендерний аспект дослідження автостереотипів показав, що в осіб жіночої статі нараховується більша кількість індивідуальних відповідей. На протигагу їм чоловіки більше узгоджені в своїх описах зовнішності. Найяскравіше така тенденція виявляється в школярів, наприклад, для опису обличчя дівчата фіксують 12 номінацій: *овальне* (24), *смугляве* (5), *усміхнене* (4), *світле* (3) *кругле* (3), *чисте* (3), *ніжне* (2), *приємне* (2), *миле* (1), *рівне* (1), *яйцеподібне* (1) *привабливе* (1), а хлопці лише 6: *овальне* (20), *приємне* (11), *розумне* (8), *веселе* (3), *смугле* (2), *ніжне* (1).

Не зважаючи на те, що особам жіночої статі більше властиво створювати малочастотні, нетипові реакції, серед індивідуальних відповідей чоловіків трапляються такі неочікувані асоціації, які не створюють жінки. Наприклад: школярі – *безхарактерне обличчя, вуха, сховані за волоссям, куляста голова, благородна постава, незламаний ніс*; студенти – *свіже обличчя, зав'язане у хвіст волосся*; респонденти віком від 25 до 55 років – *рот з приємним запахом, пурпурові вуста*.

Зафіксовано, що студенти чоловічої статі частіше, ніж студентки, використовують мовні кліше на означення сучасних стандартів краси, які побутують переважно в молодіжному мовленні й не відображають певних національних ідеалів: талія “90×60×90” (15), *голлівудські зуби* (1), ноги “від вух” (1), рот “на замку” (1). Очевидно, окремим студентам легше скористатися вже сформованими стереотипними стандартами краси, ніж висловити суб'єктивну думку.

Компаративний аналіз мовного портретування неідеальних рис зовнішності українців показав, що чоловіки виявляють більшу вербальну агресію, ніж жінки. Це стосується переважно школярів та студентів чоловічої статі, у відповідях котрих частіше фіксовано оцінну лексику з пейоративним значенням. Порівняймо: *студенти-хлопці* – *витрішкуваті очі* (5), *свинячі щоки* (1), *ніс-шнобель* (9), *ніс, як у Буратіно* (1), *жирна талія* (1), талія, *як балія* (1), *вуха-локатори* (2) / *скручені* (2), *вуха, як у Чебурашки* (9) / *як у слона* (3), ноги *колесом* (2), рот *від вуха до вуха* (1); *студенти-дівчата* – *витрішкуваті очі* (2), *вуха, як у Чебурашки* (1), ноги *колесом* (2), *жирна талія* (10).

Для багатьох респондентів властиве емоційно-оцінне вживання означень у зменшено-пестливій формі. Таку форму опису застосовують переважно особи жіночої статі, спорадично – чоловіки. Порівняймо на прикладі образу української дівчини, створеного респондентами старшої вікової групи: *жіньки* – *маленька* (3) голова, *маленькі* (7) очі, *тоненькі* (15) / *вузькі* (2) брови, брови

смужечкою (1), пухкенькі (8) / маленькі (5) / з рум'янцем (2) / як яблучко (1) щоки, пухкенькі (4) вуста, маленькі (17) вуха, маленький (10), з горбинкою (16) / картоплинкою (2) ніс, гладенька (8) шкіра, тоненька (22) талія, рівненькі (5) ноги, маленький (9) рот; **чоловіки** – маленька (1) голова, маленькі (4) очі, тоненькі (5) брови, пухкенькі (2) / маленькі (3) / з рум'янцем (1) щоки, пухкенькі (1) вуста, гладенька (2) шкіра.

Соціолінгвістичний експеримент показав, що мовці жіночої статі детальніше та повніше описують образи українців. Значна кількість чоловіків (5 студентів, 7 представників старшої вікової групи) не надали повної інформації в запропонованій анкеті, залишивши деякі соматизми не охарактеризованими. Три представники чоловічої статі зовсім відмовились описувати образ українського хлопця, створивши портрет лише українки. Чоловіки також фіксували відповіді на зразок: талія – *не має значення*, зріст – *будь-який*, що свідчить про байдужість певних респондентів до чоловічої зовнішності. Студенти та старші представники чоловічої статі частіше, ніж жінки використовують нейтральні характеристики, які не несуть потрібної інформації про автостереотип, наприклад: **студенти** – *звичайні (6) / нормальні (4) вуха, присутні (3) зуби, стандартне (1) обличчя, нормальний (4) ніс, звичайна (4) талія; респонденти старшого віку* – *звичайне (1) обличчя, звичайні (2) вуста, звичайні (1) вуха, звичайний (1) ніс.*

У створених респондентами автостереотипах чітко простежується взаємна структурна опозиційність, побудова характеристик на протиставленні відповідних чоловічих та жіночих якостей, яскраво виявлена загальноприйнята в суспільстві дихотомія – “сильна половина – слабка стать (прекрасна половина)”. В усіх вікових групах спостерігається подібний комплекс означень, який застосовується виключно для жіночого або чоловічого образу, наприклад: **студенти про українку** – *ніжне (5) обличчя, тендітна (8) / ніжна (2) шия, тендітні (5) / тонкі (1) плечі, ніжні (46) / тонкі (17) / тендітні (6) / слабкі (1) руки, ніжний (1) рот; студенти про українця* – *мужнє (18) / чоловіче (1) обличчя, міцна (2) / м'язиста (2) / груба (1) / мужня (1) шия, мускулісті (6) / мужні (5) / накачані (3) / міцні (3) / кремезні (1) плечі, сильні (42) / мужні (20) / міцні (16) / грубі (7) / мускулісті (3) / крепкі (2) руки, сильні (16) / міцні (15) / м'язисті (15) / накачані (8) / грубі (3) ноги, кремезна (4) / атлетична (3) / Аполлонова (1) / мужня (1) постава;*

Висновки та перспективи подальших досліджень. Гендерний аспект мовного портретування українки та українця виявляється більшою мірою в різниці вибору мовних засобів вираження оцінки зовнішності. Для жінок більш властиве застосування характеристик зі значенням кольору, а для чоловіків – зі значенням форми. Мовне зображення українки постає більш детально та повно, ніж українця, й носить стереотипний характер.

Яскравіше гендерна специфіка творення образу українки та українця простежується у мовній діяльності молоді. Не спостерігається принципової різниці у найчастотніших відповідях респондентів старшої вікової групи залежно від статі.

Література

1. Говорун Т. В. Гендерна психологія : навч. посіб. / Т. В. Говорун, О. М. Кікінеджи. – К. : Вид. центр “Академія”, 2004. – 308 с.
2. Горошко Е. И. Языковое сознание: гендерная парадигма : монографія / Е. И. Горошко. – М. ; Харькoв : Изд. дом “ИНЖЭЖ”, 2003. – 440 с.
3. Дмитрієва М. Гендерні дослідження в мовознавстві [Електронний ресурс] / Марія Дмитрієва // Київський міський семінар із гендерної лінгвістики. – Режим доступу : http://www.linguistics.kiev.ua/publications/2005/01/13/xmas_28.html. – 25.06.08.
4. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг : Соціальна диференціація української мови / Леся Ставицька. – К. : Критика, 2005. – 464 с.
5. Холод А. М. Речевые картины мира мужчин и женщин / А. М. Холод. – Днепропетровск : Пороги, 1997. – 229 с.
6. Фоменко О. С. Гендер і мова / О. С. Фоменко // Основи теорії гендеру : навч. посіб. / [відп. ред. М. М. Скорик]. – К. : К.І.С., 2004. – 536 с.

Статтю подано до редколегії
14.12.2010 р.