

## О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ „МУЖСКОГО” И „ЖЕНСКОГО” АССОЦИИРОВАНИЯ СЛОВ

Э. Р. Лассан

Социолингвистика и психолингвистика давно и успешно занимаются особенностями языка различных групп населения – социальных, национальных, возрастных и т.д. Однако глобальное дихотомическое деление человечества на „сильный” и „прекрасный” пол до недавнего времени не привлекало внимания лингвистической науки. На страницах различных философских изданий в последнее время появляются работы, ставящие вопрос о ценностях женской культуры (Мольтман-Вендель, 1991, 91), о „женском” стиле мышления в науке (Баргунова, Мешанин, 1991, 154). Если позволительно говорить о различиях в мужской и женской культуре, в мужском и женском мышлении, то, очевидно, правомерно поставить вопрос: как язык – феномен, с которым мышление связано „интимнейшим” образом, отражает эти различия? Каковы могут быть направления поисков этих различий? Думается, что одним из путей может быть исследование вербальных ассоциаций у мужчин и женщин, так как ассоциативные связи слов фиксируют определенным образом отраженные в сознании субъекта предметно-логические связи самой действительности.

В статье мы приводим данные психолингвистического эксперимента, целью которого было исследование характера *вербальных ассоциаций* в сознании мужчин и женщин<sup>2</sup>. Информантам (испытуемыми явились 20 юношей и 20 девушек – студентов русских групп физического и математического факультетов Вильнюсского университета) было предложено два списка слов – прилагательные цвета (10) и существительные, называющие чувства, ощущения и некоторые свойства характера, которые возможно охарактеризовать, как „состояние души” (*искренность*).

Для подобного эксперимента может быть избрана любая группа слов, ибо если существует особый женский или мужской взгляд на мир, то любой фрагмент мира структурируется определенным образом этим взглядом. Тем не менее выбор данных групп имел свою мотивацию. Если „мужчина оккупирует разум и волю, а женщина – сердце” (Richter, 1979, 100), то вполне вероятно, что имена психических, душевных состояний будут по-разному восприниматься мужчинами и женщинами.

<sup>2</sup> Эксперимент проводили студенты-русисты III курса Вильнюсского университета И. Буняките и Р. Дайнаускайте.

Слова первой группы (прилагательные цвета) называют один из основных воспринимаемых человеком элементов мира. Цветовая гамма характеризует вкусовые пристрастия, создает настроение, влияет на выбор, т.е. определенным образом обуславливает поведение человека. Цвет может иметь символическое значение и т.д. Существуют ли какие-то особенности в восприятии названий цвета мужчинами и женщинами?

Постановка эксперимента предполагает наличие у исследователя предварительной гипотезы, проверяемой в ходе эксперимента. В нашем случае гипотетическим было различное оценочное отношение к означаемым слов-стимулов, различное восприятие их звуковой формы, различные образные представления, вызываемые этими словами. Первоначальная гипотеза практически подтверждена не была, но тем не менее эксперимент дал возможность говорить о некоторых особенностях механизма „мужского” и „женского” ассоциирования слов представленных групп.

Обратимся к данным эксперимента (мы приводим те слова-стимулы, ассоциаты которых позволяют говорить о некоторых различиях в ассоциировании. Приводятся слова-реакции, получившие в эксперименте частоту более единицы).

*белый*

м: молоко, снег, лебедь, счастье, мир, покой, ненависть  
ж: снег, лебедь, свадебное платье

*желтый*

м: солнце, интерес, заинтересованность, нежность, сила  
ж: поле, солнце, хлеба, колосья ржи, подсолнечник

*черный*

м: война, бесконечность, темнота, ворон, смерть, подлость  
ж: платье, туфли, платок, ночь, спокойствие, полнота

*красный*

м: месь, флаг, флаг СССР, светофор, коммунизм, кровь, социализм, большевик

ж: роза, любовь, огонь любви, закат, солнце

*зеленый*

м: дикая природа, надежда, добро, лист  
ж: трава, луг, листья, весна

*коричневый*

м: медвежонок, скука, зло, тоска  
ж: хлеб, какао, лес, цвет

*серый*

м: гармошка, пессимизм, небо  
ж: юбка, нитки, заяц, глаза, тучи

При анализе данных ассоциативного эксперимента выявляются две тенденции: женщины цвет „опредмечивают”, мужчины склонны к его символизации. Действительно, среди женских ассо-

циаций большая часть приходится на название предмета, окрашенного в этот цвет. Мужские ассоциации представлены как конкретными, так и абстрактными именами. В ряде случаев мужские „предметные“ ассоциации выражены конкретными существительными, референты которых в общественном сознании сами ассоциируются с определенными феноменами мира действительности, т.е. становятся символами чего-то: так, ворон ассоциируется с несчастьем, смертью, солнце – с добром, с тем, что противоположно злу – тьме.

Большую часть мужских ассоциаций составляют абстрактные имена, называющие понятия, не имеющие пространственного измерения (именно этот признак, по мнению некоторых философов, отличает „физические тела“ от идеальных абстрактных объектов). Часть этих ассоциаций – коммунизм, социализм, траур – называют понятия, с которыми тот или иной цвет связан на основе сложившихся связей самой действительности: траур – *черный*, коммунизм – *красный*. В ряде других случаев: *белый* – покой, ненависть, *желтый* – нежность и т.д. – происходит индивидуальная символизация цвета. Подобные ассоциации могли бы быть признаны сугубо личностными, однако высокая их частота позволяет говорить о том, что для данной группы испытуемых – эта тенденция характерна. Таким образом, если говорить о характере когнитивных процессов, имеющих место при восприятии слов данной группы, то можно отметить большую по сравнению с мужчинами „опредмеченность“ цвета у женщин. Для мужчин характерна более высокая степень абстрагированности, обобщенности мышления. Мы бы выделили здесь две модели когнитивных процессов: „опредмечивание“ цвета у женщин и символизацию цвета у мужчин.

Рассмотрим ассоциативные связи слов в группе существительных, называющих психическое состояние и „свойства души“. Приведем слова-стимулы, давшие характерное расхождение в типах слов-реакций у женщин и мужчин:

*благородство*

м: не бить лежачего, отказаться от победы

ж: рыцарь, роман

*верность*

м: стойкость, доверие, смысл жизни

ж: любовь, муж

*жестокость*

м: равнодушие, цинизм, бессердечие

ж: кровь, война, зомби, вампир

*уважение*

м: авторитет, вежливость, умный, правило, человек

ж: старый человек, седые волосы, родители, муж

*милосердие*

м: гуманизм, помощь, сочувствие, человек

ж: больница, дом для престарелых, белье, медсестра, монахиня, ксендз

**любовь**

м: женщина, нежность

ж: цветы, хороший муж, семья

**зависть**

м: подлость

ж: одежда, черный цвет

**нежность**

м: мать, руки матери, лицо матери

ж: зайчик, кошка, доброта, любовь

**сострадание**

м: газета, венок, похороны, несчастье, протянуть руку

ж: милосердие, доброта, сочувствие, жалость

Прилагательные цвета, выступая в качестве слов-стимулов, давали, как уже было отмечено, реакции, отражающие два типа мыслительных процессов – опредмечивание и символизацию. Существительные, называющие „состояния души”, стимулируют слова-реакции, референты которых находятся в более сложных и многообразных отношениях с теми, что обозначены именами-стимулами. Мы попытались описать эти отношения, исходя из предметно-логических отношений самой действительности и подводя их под некоторые общие разряды, что позволяет говорить в конечном итоге о типах мыслительных операций.

Так, если, например, слово-стимул *возмущение* дает реакцию *говорить повышенным тоном*, то мы квалифицируем эти отношения как отношения состояния и формы его проявления. К этому типу относятся и отношения между стимулом и реакцией *страх-дрожь*, ибо такое внутреннее состояние, как страх, может проявляться через такое внешне наблюдаемое явление, как дрожь. *Отношения сострадания – ксендз, монахиня* мы относим к типу чувство – опредмеченное выражение, так как здесь в качестве ассоциата выступает название лица, являющегося воплощением, носителем данного „состояния души”. Парадигматические реакции *милосердие – сочувствие, жестокость – равнодушие, нежность – доброта* представляют собой тип отношений логической смежности (метонимии), ибо названное стимулом состояние сопровождается чувством, обозначенным ассоциатом.

*Страх – темнота, зависть – деньги, сострадание – несчастье* квалифицируются как отношения состояния и его причины (каузатора). Отношения стимула и реакции *любовь – женщина, уважение – человек* рассматриваются как отношения чувства и адресата. Здесь в качестве ассоциата выступает одушевленное существительное. Это отношение может быть выражено конструкцией с предложенной формой дательного адресата: *любовь к женщине*. Предыдущее от-

ношение также может быть выражено конструкцией, имеющей подобную форму: *зависть к деньгам, сострадание к несчастью*. Однако подлинный адресат чувства должен быть обязательно выражен в этой конструкции формой родительного падежа: *зависть к его деньгам*.

Особого внимания заслуживают отношения ассоциатов *уважение – старый человек, седые волосы, родители*. Здесь также усматривается тип: чувство – адресат. Однако, нам представляется, что при более глубоком анализе в этом случае можно выделить отношения импликации с императивной модальностью: *если человек старый, то его нужно уважать*. Реакции подобного типа носили немногочисленный характер и, сразу отметим, были зафиксированы только в женских ответах.

Таким образом, все многообразие реакций было сведено нами к пяти основным типам, характеризующим механизм ассоциирования слов на данном материале. Поскольку этот механизм отражает определенные мыслительные операции субъекта по объединению реалий внешнего мира, постольку нам представляется возможным говорить о типах ассоциирования слов как о моделях мыслительного процесса.

Проиллюстрируем выделенные типы реакций данными проведенного эксперимента. Следует сказать, что для ответов испытуемых обоих полов характерны все названные выше типы отношений ассоциатов. Однако мужское и женское ассоциирование различается с точки зрения их количественной реализации. Так, первый выделенный нами тип – *состояние – форма проявления* – в гораздо большей степени присущ реакциям испытуемых – мужчин: семь мужских ответов и только два женских реализовали эту модель:

м: страх – дрожь, злоба – желание ударить, возмущение – энергичные движения, сострадание – протянуть руку, благородство – не бить лежачего, милосердие – помощь, ненависть – упрек;

ж: любовь – цветы, ненависть – искаженное лицо.

Обратим внимание на то, что ассоциат в женских реакциях представлен, как это уже имело место в группе прилагательных цвета, конкретным существительным, в то время как в мужских – глагольными сочетаниями или отвлеченными существительными, обозначающими пространственные понятия. Можно говорить о большей *„действенности“* мужских ассоциаций, так как состояние связывается с действием, с поступком.

Второй тип отношений – *состояние – опредмеченное воплощение* – в подавляющей степени характерен именно для женских ассоциаций:

м: нежность – мать, руки матери, лицо матери;

ж: страх – заяц, мышь, ревность – грузин, благородство – рыцарь, милосердие – монахиня, искренность – ребенок, жестокость – вампир.

Третий тип отношений – *логической смежности*, – по данным эксперимента, гораздо чаще проявляется в ответах мужчин:

м: ненависть – злоба, презрение; зависть – подлость, любовь – нежность, верность – стойкость, жестокость – цинизм, уважение – вежливость, искренность – откровенность;

ж: ненависть – презрение, месть, злоба.

В данном случае в мужских ассоциациях проявилась метонимическая модель. По мнению некоторых исследователей, эта модель является одной из четырех основных моделей категоризации действительности (Лакофф, 1988, 32).

Другие типы отношений (*состояние – причина и чувство – адресат*) составляют весьма небольшую долю в ассоциативных реакциях и не позволяют сделать наблюдений относительно специфики их реализации в мужских и женских ответах. В качестве чисто „женского“ ответа можно привести пример слова – реакции *одежда* на слово – стимул *зависть*. Общим для мужчин и женщин в этом случае был ответ *деньги*.

Прделанный нами эксперимент выявил на предложенном материале определенные различия в механизме ассоциирования слов мужчинами и женщинами, что позволяет, видимо, говорить о возможных различиях в направлении когнитивных процессов. Предметность женских ассоциаций может служить подтверждением существующего мнения о более конкретном характере женского мышления, а модели символизации, действенности, метонимические, характерные для мужского ассоциирования, – коррелировать с особенностями как вербального, так и невербального мужского поведения. К сожалению, весьма ограниченный материал исследования не позволяет говорить об этих выводах как об абсолютно достоверных, но он может служить толчком к дальнейшим исследованиям в этом направлении.

## EINIGE BESONDERKEITEN DES ASSOZIATIONSDENKEN VON MÄNNERN UND FRAUEN

E. R. L A S S A N

### Zusammenfassung

In dem vorliegenden Artikel werden die Angaben des Assoziationsexperimentes untersucht, das in der Gruppe von Männern und Frauen ausgeführt ist. Man scheidet die Modelle der Denkenprozesse, die Assoziationsdenken der Männer und Frauen verschiedenweise charakterisieren, aus. Für Frauenassoziationen sind Beziehung mit der Sachwelt und für Männer – eine

**Tendenz zu symbolisierung als auch Methonimie in Denkenmodell kennzeichnend.**

#### **ЛИТЕРАТУРА**

**Боргунова, Мешанин, 1991 – Боргунова Т.В., Мешанин Ю.М. К вопросу об идеале рациональности и так называемом женском стиле мышления в науке // Вечные философские проблемы. М., 1991.**

**Лакофф, 1988 – Лакофф Дж. Мышление в зеркале классификаторов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XIII. М., 1988.**

**Мольтманн-Вендель, 1991 – Мольтманн - Вендель Э. И сотворил Бог мужчину и женщину // Вопросы философии. 1991. No 3.**

**Richter, 1979 – R i c h t e r Н.Е. Der Gotteskomplex. 1979.**

**Вильнюсский университет  
кафедра русского языка**

**Ноябрь 1991**