

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СХІДНОЇ І СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ**

**Кафедра китайської філології**

Курсова робота з китайської філології

на тему:

**«ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ В КИТАЙСЬКІЙ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ»**

Студента групи Пкит 12-20

факультету східної і слов'янської філології

денної форми навчання

Освітньої програми

Китайська мова і література та переклад,

західноєвропейська мова

Спеціальності 035 Філологія

Спеціалізації 035.065 Східні мови

та літератури (переклад включно),

перша - китайська

Романюк Дар'ї Геннадіївни

Науковий керівник:

викл. Сидельнікова О.А.

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ЄКТС \_\_\_\_\_

**Київ – 2023**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1 ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ.....</b>	<b>5</b>
1.1 Поняття гендеру та гендерного стереотипу .....	5
1.2 Прояв гендерних стереотипів у мові.....	6
<b>ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 1.....</b>	<b>9</b>
<b>РОЗДІЛ 2 ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У КИТАЙСЬКІЙ ІНТЕРНЕТ КОМУНІКАЦІЇ.....</b>	<b>11</b>
2.1 Вербалізація гендерних стереотипів у китайській мові .....	11
2.2. Вербалізація гендерних проявів у китайській Інтернет комунікації.....	20
<b>ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 2.....</b>	<b>24</b>
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>26</b>
<b>论文摘要 .....</b>	<b>30</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>32</b>

## ВСТУП

Вивчення гендерних стереотипів в лінгвокультурному аспекті стає все більш актуальним напрямком в сучасній лінгвістиці, адже дає змогу зануритися в культурні й національні особливості окремих етносів. Лінгвісти зазначають, що лексика, яка включає гендерні компоненти є однією з універсальних. Але варто зазначити, що гендер характеризується національно-специфічними особливостями, які впливають на самоідентифікацію і поведінку носіїв мови в різних сферах життєдіяльності, зокрема й в Інтернет комунікації.

Питання ролі та місця гендеру та гендерних стереотипів у системі мови стає все більш актуальним та потребує наукових досліджень за для того, щоб зафіксувати соціальні стереотипи в концепту статі в сфері Інтернет спілкування.

**Актуальність** теми курсової роботи полягає у необхідності виявлення і вивчення тенденції проявів гендерної нерівності та будь-яких проявів дискримінації в сучасному Інтернет спілкуванні.

**Мета дослідження** – дослідити вербалізацію гендерних стереотипів в китайській Інтернет комунікації.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких **основних завдань**:

- Визначити поняття гендеру та гендерних стереотипів;
- визначити становище чоловіка та жінки в Китаї;
- визначити становище чоловіка та жінки в китайській мові;
- дослідити особливості вербалізації гендерних стереотипів на рівні сучасної Інтернет комунікації;
- схарактеризувати особливості вербалізації гендерних стереотипів в китайській мові крізь призму сучасного Інтернет спілкування.

**Матеріалом дослідження** слугують китайський Інтернет сленг, що містить гендерні ознаки, вилучений методом суцільної вибірки з тлумачних та ієрогліфічних

словників; словник Інтернет-мови Сінхуа; сучасні китайські засоби комунікації, а саме WeChat.

**Об’єкт дослідження** – гендерні стереотипи в китайській Інтернет комунікації.

**Предмет дослідження** – вербалізація гендерних стереотипів в китайській Інтернет комунікації.

Задля досягнення мети та завдань дослідження було застосовано такі **методи дослідження**, як загальнонаукові методи (описовий метод, суцільної вибірки) для визначення теоретичних засад дослідження вербалізації гендерних стереотипів в китайській Інтернет комунікації та низку спеціальних лінгвістичних методів: метод структурного аналізу задля виявлення способів вербалізації гендерних стереотипів в китайській мові; метод суцільної вибірки був використаний для пошуку та підбору необхідного теоретичного та практичного матеріалу дослідження, що включає яскраві приклади вербалізації гендерних стереотипів в китайській Інтернет комунікації.

**Наукова новизна** нашого дослідження полягає в тому, що вербалізація гендерних стереотипів не є достатньо вивченою в сфері китайської Інтернет комунікації.

**Практична значимість** цього дослідження полягає в тому, що отримані висновки можуть безпосередньо впливати на розуміння сутності людини, а також матеріали дослідження можуть бути використані при вивченні лексикології, ієрогліфіки та історії китайської мови для полегшення сприйняття інформації, завдяки конкретним прикладам.

## РОЗДІЛ 1 ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ МОВІ

### 1.1 Поняття гендеру та гендерного стереотипу

Прийнято вважати, що розподіл людей на чоловіка і жінку пов'язані з фізіологічними особливостями. Це явище простежується з давніх часів у міфах та легендах. Ідея протилежності існує й дотепер, закріпившись в різноманітних соціальних аспектах. Крім цього, поняття гендер охоплює соціокультурний аспект, тобто відображає що властиве чоловікові, а що жінці.

Лінгвіст О. Горошко вважає: «Гендерні дослідження мають великий спектр міждисциплінарного характеру. Гендер – це комплекс, який поєднує соціальні та психологічні процеси, культурні установки, викликані суспільством. Тобто, поняття гендер поєднує у собі сплетіння психологічних, культурних та соціальних аспектів. Поряд із гендерної психологією, існує і гендерна лінгвістика».

Під час дослідження теми гендеру було виявлено вплив на національну мовну особливість.

Важливо зазначити, що становлення капіталізму сприяло розвитку поняття гендер. Відбувалося залучення великої кількості і чоловіків, і жінок, в ролі дешевої робочої сили задля підвищення продуктивності підприємств. Представниці слабкої статі мали за мету виживання не лише себе, а й суспільства. Завдяки утворенню СРСР, а саме Жовтневій революції 1917 року, стало можливим залучення жінок в будь-які соціальні процеси і досягти ними важливих позицій, крім політики фемінізму. Межі між чоловіком і жінкою, як соціальні особистості, почали налагоджуватися саме в цей час.

Отже, підсумовуючи, маємо зазначити, що поняття гендер є досить складним питанням, яке містить в собі не тільки біологічні, а й соціокультурні аспекти.

Говорячи про поняття гендерний стереотип, варто зазначити, що це стійкі уявлення та сприйняття суспільством відмінність моделей поведінки і риси характеру, відповідні чоловікам і жінкам.

Гендерні стереотипи можна розділити на три категорії.

- **Стереотипи фемінності**

Іншими словами, стереотипи про нормативні ідеали чоловіка та жінки. Характеризує за допомогою певних особистих якостей і соціально-психологічних властивостей, що відображають стать. Наприклад, часто жінок сприймають, як тендітних, слабких та ніжних осіб, а чоловіків навпаки, як сильних, незалежних.

- **Стереотипи із закріпленням певних соціальних ролей**

Нерідко можна зустріти твердження, що жінка має налаштувати затишок вдома, а чоловік заробляти гроші. Тобто, в цьому випадку, за жінкою закріплюється сімейна роль, а за чоловіком – професійна.

- **Стереотипи, що відображають відмінності статей в заняттях певними видами праці**

Як правило, жінкам прописують творчу працю, а чоловікам фізичну. Існує думка про існування суто чоловічих професій та суто жіночих.

Після численних досліджень лінгвісти стверджують, що всі рівні мовної системи є гендерно маркованими. Варто зазначити, що мовець не відчуває жодних відмінностей, а задля їх визначення необхідно прискіпливо аналізувати. (Miluska, J., Boski, P., 2000)

## **1.2 Прояв гендерних стереотипів у мові**

Сьогодні суспільство гостро усвідомлює вплив гендерних стереотипів на індивідуальні судження та поведінку. Гендерні стереотипи – це уявлення про те, як чоловіки та жінки поведуться як певні соціальні типи в різних ситуаціях.

В останнє десятиліття в лінгвістиці стає все більш актуальною нова галузь досліджень, що ґрунтується на соціально та культурно значущих гендерних особливостях – гендерна лінгвістика.

В суспільстві існують образи чоловіків і жінок, що ґрунтуються на стереотипах, сформованих століттями. Питання про соціальне призначення чоловіків і жінок, нерівність їх соціального і правового статусу та суспільні погляди на причини цієї нерівності досі залишаються предметом дискусій. Також актуальним залишається

питання соціокультурної зумовленості гендеру та його ритуалізації, що спричиняє вивчення гендерних стереотипів та їх відображення в мові. Кожній статі в певній культурі приписується низка “обов'язкових” норм, які впливають на гендерну поведінку. Цей вплив відображається в мові у вигляді сталих висловів, наприклад, місце жінки на кухні; справжні чоловіки не плачуть і т.д. (Bem Sandra L., 2000).

Існує твердження серед лінгвістів про те, що всі рівні мовної системи є гендерно маркованими. Крім того, як ми зазначали раніше, ця маркованість не відчувається мовцями, тому для її визначення ми маємо проводити аналіз дуже прискіпливо і уважно.

Варто зазначити, що існують мови, де гендер не є вираженим експліцитно. В приклад можемо привести українську мову, в якій виділяється стать мовця в випадку використання минулого часу і суб'єкту першої особи однини «я». Наприклад: “Декілька днів назад я загубив гаманець” – мовець є чоловіком, а в реченні: «Декілька днів назад я загубила гаманець» мовцем є жінка.

Говорячи про китайську мову, маємо зазначити, що вона відноситься до категорії ізолюючих мов, в яких відсутня граматична категорія, що вказує на роди. Наприклад, речення 《昨天我没去上班》 не має граматичного вказівника на гендер, тому з контексту важко зрозуміти якої статі є мовець. З цієї причини можемо зауважити, що гендерні відмінності на граматичному рівні в китайській мові є менш очевидними.

Аналізуючи комунікацію, а саме тексти, можна виявити найпоширеніші стереотипи. Особливо це стосується мас-медіа. Таким чином, стереотипи розглядаються як особлива форма обробки інформації, що дозволяє людям зводити складні зв'язки до простих і орієнтуватися в навколишньому світі.

Гендерні стереотипи є соціально та культурно зумовленими, закріпленими в мові та міцно вкоріненими у свідомості суспільства. Одним із загальних теоретичних припущень, які використовує лінгвістика для опису комунікативної взаємодії, є висновок про те, що особистісні характеристики комунікатора впливають на результат комунікації. Цей вплив проявляється як у тому, як особистісні характеристики мовця визначають вибір мовних засобів для вербалізації його намірів, так і в тому, як його

особистісні характеристики впливають на ступінь розуміння цих намірів. З цієї точки зору, науковий інтерес становить дослідження взаємозв'язку між таким важливим фактором, як стать комунікантів, і процесом вербалізації намірів. Це пов'язано з тим, що саме стать людини використовується для створення відповідних соціальних гендерних стереотипів у суспільстві.

Вивчаючи словниковий склад мови, насамперед необхідно розрізнити особливості вживання лексики носіями різних гендерів та відмінності в гендерно маркованих лексичних одиницях, тобто позначення осіб чоловічої та жіночої статі. До цього також відносяться мовні засоби, які закріплюють сексистські стереотипи в суспільстві. До дисциплін, які традиційно займаються питанням гендерних відмінностей на рівні лексики, належать антропологія та історична лінгвістика.

Антропологія вивчає такі явища, як номінація, спорідненість та звертання, тоді як історична лінгвістика досліджує лексичні зміни з плином часу, семантичні зміни під впливом певних соціальних, культурних та політичних чинників, а також основні зміни у виборі лексики. З антропологічної та лінгвістичної точок зору вчені провели низку досліджень гендерних відмінностей у використанні мови. З огляду на специфікацію чоловічої та жіночої лексики, китайська мова відрізняється від інших мов тим, що використання ненормативної лексики та сленгу вважається прерогативою чоловічого мовлення. Це пов'язано з суспільними очікуваннями, що комунікативна поведінка жінок є більш ввічливою і вільною від надмірної емоційної експресії.

Говорячи про сленг з акцентом на негативній оцінці і його поширеність у Китаї, зазначаємо, що такі висловлювання є більш поширені серед молодих чоловіків, ніж серед жінок. А також звернемо увагу на те, що в традиційному китайському суспільстві рольовий припис для жінок полягає в тому, щоб говорити тихо і ввічливо, а мова, якою користуються жінки, повинна бути витонченою. У той же час, мовлення чоловіків не підлягає таким соціальним обмеженням, за винятком певних формальних ситуацій або спілкування з людьми високого соціального статусу. Протягом століть у Китаї був чітко визначений розподіл гендерних ролей у суспільстві. Про це свідчить складна формальна



система вираження спорідненості між співрозмовниками, яка враховує елементи статі, покоління та лінії спорідненості.

Це підтверджують дослідження кінцевих часток в реченнях в китайській мові. У лінгвістичній літературі їх часто називають модальними частками, які вказують на ставлення до предмета розповіді, яке мовець хоче передати співрозмовнику. Вони не мають граматичної функції.

Аналіз цих часток як однієї з особливостей китайської мови показує, що їх більше використовують жінки, ніж чоловіки. Деякі лінгвісти також пов'язують використання часток з підвищенням тону і припускають, що такі частки є показником свідомої ввічливості жінок і дещо невпевненої мовної поведінки. Такими частками часто виступають 噢, 啊, 呐, які надають емоційного забарвлення під час комунікації.

## ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 1

Поняття гендер це не тільки про розподіл понять “жіноча стать” і “чоловіча стать” за фізичними ознаками, а й в різноманітних соціокультурних аспектах, включаючи й лінгвістичний. Говорячи про поняття “гендерний стереотип” ми виявили, що це стійкі уявлення та сприйняття суспільством відмінність моделей поведінки і риси характеру, відповідні чоловікам і жінкам.

Такі стереотипи можна поділити на три категорії: стереотипи фемінності, із закріпленням певних соціальних ролей та стереотипи, що відображають відмінності статей в заняттях певними видами праці. Також в ході дослідження ми виявили, що мовець не відчуває гендерну маркованість під час мовлення.

Також, ми виявили, що галузь вивчення гендерної нерівності в мові є порівняно новою і не є дослідженою на достатньому рівні, тож є актуальною. Також актуальним залишається питання соціокультурної зумовленості гендеру та його ритуалізації, що спричиняє вивчення гендерних стереотипів та їх відображення в мові.

Вплив суспільно прийнятих гендерних “норм” часто знаходять своє відображення в мові у вигляді сталих фраз. В порівнянні з українською мовою, гендерні відмінності на граматичному рівні в китайській мові є менш очевидними.

Також ми визначили дисципліни, які традиційно займаються питанням гендерних відмінностей на лексичному рівні (до них належать антропологія та історична лінгвістика).

Крім того, було виявлено, що сленг з акцентом на негативній оцінці і його поширеність у Китаї користується попитом в більшій мірі серед молодих чоловіків, ніж серед жінок, у той час, як використання модальних часток та вигуків для емоційного забарвлення є більш популярними серед жіночої статі, ніж чоловічої.

Було зроблено висновок, що лінгвістичні гендерні дослідження в китайській мові є відносно новою дисципліною в світі і все ще перебуває в стадії свого становлення. Подальші дослідження в цій галузі мають бути спрямовані на вивчення гендерних відмінностей на різних рівнях лінгвістичної структури китайської мови. Лінгвістичні дослідження в цій галузі є потенційним джерелом необхідних лінгвістичних та міждисциплінарних планів для гендерних досліджень.

## РОЗДІЛ 2 ВЕРБАЛІЗАЦІЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У КИТАЙСЬКІЙ ІНТЕРНЕТ КОМУНІКАЦІЇ

Вербалізація – це процес в мовленні за допомогою словесного вираження або створення мовних зворотів чи формулювань. Вербалізація гендерних стереотипів – це лінгвізація, тобто спосіб вираження, традиційних уявлень про чоловіче та жіноче, а також те, як розуміння гендерних ролей у суспільстві впливає на китайську писемність, словотвір та художню літературу.

Щоб проаналізувати процес вербалізації гендерних стереотипів у сучасній китайській мові, а саме в китайській інтернет комунікації, ми обрали словники сленгу в китайській мові та дослідження провідних синологів, а також провели власне дослідження китайського сленгу в Інтернет-просторі. У цьому розділі ми розглянемо мовний рівень гендерної асиметрії і те, як гендерні стереотипи вербалізуються в сучасній китайській інтернет-комунікації.

### 2.1 Вербалізація гендерних стереотипів у китайській мові

Китайське традиційне письмо відрізняються від письмових знаків інших країн тим, що в китайських ієрогліфах міститься вся історія розвитку цивілізації та культури. В доказ наводимо приклад: за для того, щоб зрозуміти соціальний статус жінки в стародавньому Китаї, ми можемо розглянути ієрогліфи з такими значеннями. Ієрогліф “жінка” – 女 nǚ, що зображувався на стародавніх кістяних написах означав сидячу жіночу фігуру, де нижня частина означала жіночі коліна, тобто жінка сидить на колінах, а верхня частина ієрогліфа мала значення тулуба жінки, де дві руки були складені на грудях. Отже, ієрогліф мав значення ввічливості і покірності чоловікам, що дає нам зрозуміти, що жінки здавна поклонялися чоловікам та мали безправне положення в суспільстві.

В часи стародавнього Китаю це була традиційна жіноча поза, що символізувала ввічливість і покірність чоловікам. В той час, ієрогліф, що символізував чоловіка – 男 nán, який вперше був помічений в написах на черепаших панцирах і кістках у період

“цзягувень”, уособлював чоловічу силу, оскільки в стародавньому суспільстві чоловіки займалися сільським господарством, а саме землеробством, жінки – домашньою роботою. Частина, що знаходиться зверху ієрогліфа 田 – tián має значення “поле”, а та, що знизу, тобто 力 – lì, означає “силу”.

З цього можемо прийти до висновку, що гендерна асиметрія в китайській мові проявляється на рівні структури письма через особливості китайської писемності. У китайській мові гендер представлений ієрогліфами 女 nǚ “жінка” та 男 nán “чоловік”.

Існує низка ієрогліфів, які мають у своїй структурі логограму 女 nǚ “жінка”, що зазвичай несе за собою негативне лексичне значення. Це пов’язано з тим, що жінки завжди вважалися рабинями або поганими прикметами, що приносять нещастя.

Наприклад (на основі матеріалів WeChat):

- Ієрогліфи, що вказують на низький соціальний статус:

婢 bì “рабиня”, “служанка”;

妓 jì “повія”;

娼 chāng “повія”, “вулична жінка”, “розпусниця”

- Ієрогліфи, що вказують на недотримання моральних норм, негативну поведінку або рис характеру, що відносяться до двох статей:

婬 chuò “непокірний”;

婪 lán “жадібний”;

奸 jiān “зло”, “крадіжка”, “шахрайство”;

妄 wàng “безглуздий”, “абсурдний”, “безрозсудний”

Ієрогліфи, що вказують на позашлюбні зв’язки чоловіка і жінки або мати непристойні зв’язки:

嫖 piáo “відвідувати борделі”, “водитися з повіями”;

姘 pīn вступати в позашлюбні стосунки”, “мати таємні статеві стосунки”;

Однак не можна стверджувати, що всі значення складних ієрогліфів, що містять логограму (жінка), мають негативне значення. Наприклад:

始 shǐ “початок”;

姘 jìng “спокійний”, “доброчесний”;

好 hǎo “хороший”, “гарний”, “добрий”;

娴 xián “добре володіти чимось”, “мати високий рівень майстерності”

Тому наведені приклади заперечують категоричність тверджень, які підтримують ідею про те, що логограма 女 nǚ (жінка), яка використовується у складних ієрогліфах, має лише негативне значення.

Існують також ієрогліфи, які мають як негативну, так і позитивну конотацію. Одним з них є ієрогліф 妖 yāo, який має значення “чарівний”, “захоплюючий”, але також може означати “незрозумілий”, “диявольський” або “зловісний”. Ієрогліф 愉 (愉) tōu, використовується для позначення “веселощів” або “радіості”, але також може використовуватися в значенні “красти”. 媚 mián, mián описує красу жіночих очей, але також може використовуватися в значенні “заздрити”. Замислившись в підсенс ієрогліфа 媚 , ми можемо зробити висновок, що в китайському суспільстві жінки повстають як особи, для яких вистачить лише подивитися на когось задля відчуття заздрості.

Глибший погляд на лексичні шари китайської мови показує, що доля жінок у давньо китайському суспільстві була вельми незавидною. Наприклад, слово 溺嬰 nìyīng – “втопити дитину”; другий ієрогліф 嬰 yīng має графему 女, що означає “жінка”, що дозволяє припустити, що в давнину таким чином вбивали немовлят саме жіночої статі. Натомість слово 好 hǎo (“добрий”, “хороший”) містить морфему “жінка” і морфему “син”, тож в очах китайців означає, що добре тоді, коли народжується дитина чоловічої статі.

Вивчення ієрогліфів дозволяє пояснити особливості китайського мислення та менталітету як прояву культури, пояснити прояви культури через ієрогліфи, підтвердити прояви гендерної асиметрії в китайській мові. Наведемо такий приклад.

У Стародавньому Китаї мати дочку було не вигідно з огляду на економічні витрати на неї.

“Шлюбні узи, світ пробуджуючі” (роман Січжоу-Шена 西周生, XVII ст.)" включає в собі цікаву фразу на тему одруження доньки.

“嫁出的女，泼在地里的水，你分我的家当！” Jià chū de nǚ, pō zài dì lǐ de shuǐ, nǐ fēn wǒ de jiādàng! “Донька, яка вийшла заміж є тим самим, що виплеснута назовні вода, ти відбираєш моє ж майно!”

Тобто вислів означає, що заміжня донька більше не є членом сім'ї своїх батьків і була народжена без користі для її батьків. Іншими словами, після одруження батьки зазвичай сприймали своїх доньок як чужих, сторонніх їм людей і не цікавилися їхнім життям за родині зятя, не залучали їх до сімейного бізнесу та будь-яких інших домашніх справ.

Короткий аналіз цієї фрази дозволив нам зробити висновок, що батьки не були раді дітям жіночої статі через зайві клопоти для них. Адже крім обов'язку виростити дитину, яка подорослішавши піде з батьківського дому і не зможе розділяти з ними господарські зобов'язання та справи, батьки повинні були приготувати придане, що часто сприймалося як збиток та втрату.

Шлюб – найважливіша подія в житті китайської жінки. Про важливість шлюбу для статусу жінки свідчить наступний вираз:

男人最怕入错行，女人最怕嫁错郎 Nánrén zuì pà rù cuò xíng, nǚrén zuì pà jià cuò láng Найстрашніше для чоловіка – обрати не ту професію, для жінки – чоловіка.

Цей вислів говорить про те, що жінки народжуються здебільшого задля того, щоб вийти заміж, а не заради себе і свого майбутнього, а чоловіки ж народжуються не лише для цього.

З причини важливості шлюбу для жінки, існує окрема фраза про незаміжніх – 老姑娘 lǎogūniáng, тобто “стара діва”. Цей приклад є підтвердженням гендерної асиметрії на рівні соціального статусу чоловіків і жінок.

Також маємо відзначити, що в китайському суспільстві жінки вважаються нерозумними та інфантильними, а їхній інтелект не є важливим фактором при виборі чоловіка. Це можна проілюструвати наступним прикладом:

女人头发长见识短 Nǚ rén tóu fā zhǎng jiàn shì duǎn Довге волосся, розум короткий

Висловів, які дають найкращу характеристику чоловікові (він порядний, чесний, добрий і досконалий) в китайській сові є безліч. Критерії вибору чоловіка чітко сформульовані в наступній приказці:

不求富家子，只爱如意郎 Bù qiú fùjiā zi, zhǐ ài rúyì láng Не шукай багатія, а кохай ідеального чоловіка

Характер відносин між чоловіком і жінкою в шлюбі також виражається в наступних фразах:

男子无妻是家无主，妇人无夫是身无主 Nánzǐ wú qī shì jiā wú zhǔ, fù rén

wú fū shì shēn wú zhǔ Чоловік без дружини – дім без господині, жінка без чоловіка – тіло без опори

男当家，女插花 Nán dāngjiā, nǚ chāhuā Чоловік управляє господарством, а жінка робить прикраси з квітів.

父者子之天也，夫者妻之天也 Fù zhě zǐ zhī tiān yě, fū zhě qī zhī tiān yě Батько – вищий авторитет для сина, чоловік – для дружини

Китайські сім'ї славляться своєю згуртованістю. Відносини між чоловіками і жінками відображають Китай в цілому.

Розглянемо наступні фрази, пов'язані з ідеальною дружною сім'єю, традиційним сімейним укладом

男当家女插花 Nán dāngjiā nǚ chāhuā Чоловік дбає про сім'ю, а жінка

виконує хатні справи

男耕女织 Nán gēng nǚ zhī Чоловік пає, а жінка пряде

З цих висловів можемо зробити висновок, що жінка завжди виконує домашню роботу, а чоловік займає головне положення в сім'ї та керує родиною. Традиційно жінки завжди слідуєть за своїми чоловіками і підкоряються їм.

嫁鸡随鸡 Jià jī suí jī Курка завжди слухається півня (D. Li, 2010)

Тобто в цьому виразі курка та півень уособлюють дружину та чоловіка. Такі вирази ще більш виражені на соціальному рівні.

Соціальна нерівність між чоловіками та жінками ще більше виражена в таких виразах, після одруження жінка підкорюється чоловікові на 100%.

Характерною рисою хорошої китайської дружини є її працьовитість, піклування про затишок вдома та сім'ю. Образ китайської дружини доповнюється тим впливом, який вона чинить на свого чоловіка і сім'ю в цілому. Її якості тісно пов'язані з особистісними характеристиками її дітей і чоловіка. Наприклад:

妻贤夫自良 qī xián fū zì liáng мудра дружина – чоловік чудовий

家有贤妻, 男人出息 Jiā yǒu xián qī, nánrén chūxī З гарною дружиною в домі й чоловік перспективний

У цих прикладах часто використовується ієрогліф 贤 xián, що означає “хороший”, “гідний” або “моральний”. Іншими словами, жінці важливо бути гідною для свого чоловіка. Існує також стереотипний вислів для опису “ідеалу” дружини 贤内助 xián nèizhù “хороша дружина”. Традиційно вона завжди бере на себе обов'язок головної над всіма домашніми справами.

Хоч чоловік і дружина різні, але в шлюбі вони впливають один на одного. Якщо чоловік не має чеснот перед дружиною, він не може керувати нею; якщо ж дружина не має чеснот, вона не зможе служити і допомагати чоловікові. Якщо чоловік не може керувати дружиною, він втрачає свою гідність; якщо дружина не може допомагати чоловікові, вона втрачає свою моральність.



夫者，妻之天也 Fū zhě, qī zhī tiān yě Чоловік – небо для дружини

夫贵妻荣 Fū guì qī róng Багатий чоловік – почесна дружина

У китайській мові існує багато прикладів традиційних образів жінок-матерів.

Природа жінки включає в себе материнську любов. У давньо китайській системі дівчаток виховували матері, які були прикладом для наслідування і навчали основам хатньої роботи та материнства. І сьогодні найважливішим правом жінки залишається право на материнство. Якості матері – це турбота, відповідальність, любов і кохання.

Прикладом може слугувати фразеологізм:

女儿是娘的挂心钩 Nǚ'ér shì niáng de guàxīn gōu Донька завжди у матері на думці

Говорячи про дружин-матерей, маємо зазначити, що в системі звертань є свої особливості.

При зверненні до жінок без дітей часто вживаються вітання 喂 wèi “хей”, “агов” та “哎 ài “ай”, а до жінок з дітьми – 孩子他妈 háizi tā mā дослівно “мати дитини” або 他/她娘 tā/tā niáng “вона – “моя мати”. Звертаючись до своїх дружин у розмовах з незнайомими людьми, чоловіки можуть називати їх 拙妻 zhuōqī “моя дружина” або 我那口子 wà nà kǒuzi “моя дружина”, також можна почути звертання іменем дітей для до своїх дружин.

Сьогодні в китайських сім'ях використовують 老公 lǎogong “чоловік” і 老婆 lǎopó “дружина”. Вважається, що ці терміни вказують на турботу, доброту і теплоту подружжя одне до одного, а також можуть використовуватися для сатири чи жартів один над одним. Термін 先生 xiānsheng “пан”, “чоловік” також використовуються, коли звертаються до чоловіка в третій особі в розмовах з іншими.

З іншого боку, звернення до чоловіка 太太 tàitai (дружина) є знаком поваги і рідко використовується чоловіками по відношенню до власних дружин. Сучасні китайські пари називають одне одного на ім'я та прізвище і звертаються один до одного за знайомими прізвиськами.

У китайській мові прізвища та імена також відображають гендерну асиметрію.

Наприклад, у традиційній китайській мові жінки не могли мати власних імен. У сім'ях дочок часто називали 老二 lǎoèr “друга дочка”, 老三 lǎosān “третя дочка”. Коли до них зверталися незнайомі люди, використовували прізвище батька з додатковою лексемою 氏 shì “уроджена”. Наприклад: 王氏 wángshì – уроджена Ван, 张氏 Zhāngshì – уроджена Чжан.

Після заміжжя жінка в офіційній обстановці іменувалася поєднанням прізвища чоловіка та прізвища батька з лексемою 氏 shì (уроджена): 张王氏 zhāng Wáng shì – Чжан, уроджена Ван; 赵李氏 zhào lǐ shì – Чжао, уроджена Лі тощо.

Після заручення до жінок офіційно зверталися за допомогою комбінації прізвища чоловіка та батька, додаючи в кінця лексему 氏 shì (уродженець): 张王 氏 zhāng Wáng shì – Чжан.

Неофіційно до прізвища чоловіка додавався ієрогліф 家的 jiāde (дружина): 李家的 lǐ jiāde – дружина Лі, 张家的 Zhāng jiāde – дружина Чжана, в такому звертані прізвище батька опускається.

Говорячи про наш час, безсумнівно, кожна китаянка має власне ім'я, незалежно від того, заміжня вона чи ні.

Важливо зазначити, що китайські чоловічі імена, як правило, позначають позитивні якості, які характеризують мужність, хоробрість та сили чоловіка або уособлення цих якостей у звірях: 伟 wěi – “великий”, 强 qiáng – “сильний”, 雄 xióng – “головний”, “герой”, 勇 yǒng – “хоробрий”, 文明 wénmíng – “культурний”, 虎 hǔ – “тигр”. В той час багато жіночих імен виражають тендітність, легкість та красу жінки, крім цього часто зустрічаються назви кольорів: 姣 jiāo – “прекрасна”, 丽 lì – “красива”, 英 yīng – “квітка”, 兰 lán – “орхідея”, 红 hóng – “червоний” (M. Coleman et al., 2010).

Такі жіночі імена пов'язані з китайською культурою, в якій жіноча зовнішність є однією з найважливіших якостей, що виражено в наступних у висловах:

闭月羞花 Bìyuè xiūhuā Затьмарити місяць і осоромити квіти (вираз уособлює неземну красу жінки)

月眉星眼 Yuè méi xīng yǎn Брови як місяць, очі як зірки

Аналіз наведених вище прикладів показує, що хоч традиційні категорії мислення починають зникати, більшість все ще хоче бачити жінок у традиційному вигляді. Іншими словами, можна зробити висновок, що таке мислення все ще домінує серед китайців дотепер, незважаючи на їхню адаптацію до сучасних тенденцій.

Це помітно на рівні ієрогліфів: 女 nǚ “жінка” в стародавніх кістяних написах, зображують сидячу жіночу фігуру в позі, що символізує покірність, а ієрогліф 男 nán, що означає “чоловік”, виражає силу і наполегливість.

Поняття "жінка" також містить багато ключів до стереотипних образів жінок, як позитивних, так і негативних, з точки зору зовнішності та внутрішнього життя. І хоча більшість з них є гендерно нейтральними, тобто можуть бути застосовані як до жінок, так і до чоловіків, вони все одно підсвідомо асоціюються саме з жінками.

Крім того, гендерні стереотипи знаходять своє відображення у формуванні мови, що знаходить своє відображення у фразеологізмах та прислів'ях.

Ці вислови демонструють традиційне уявлення про те, що “чоловіки – лідери, а жінки – послідовники”, що зміцнює позицію жінок у масовій свідомості. Наприклад, ідея про те, що “жінки стоять за плечами чоловіків”, простежується у фразах повсякденного вжитку та звертаннях.

Гендерні стереотипи також підкріплюються типовими чоловічими та жіночими іменами. Наприклад, типові чоловічі імена уособлюють силу і владу, які в китайському сприйнятті є внутрішніми якостями ідеального чоловіка, тоді як типові жіночі імена уособлюють красу і привабливість, оскільки китайці вважають, що головне в жінці – це її зовнішній вигляд.

## 2.2. Вербалізація гендерних проявів у китайській Інтернет комунікації

У сучасному суспільстві інформаційні технології розвиваються все більше і більше, а комп'ютерні технології з кожним днем стають все більш невід'ємною частиною життя кожної сучасної людини. З цієї причини значення Інтернету як засобу поширення інформації та обміну повідомленнями в сучасному суспільстві є все більш актуальним у дослідженні та вивченні проявів гендерної нерівності в інтернет-комунікації.

Оскільки інтернет-лексика, яка наразі є одним з основних додаткових джерел поповнення словникового складу сучасної мови, зокрема китайської, виходить за межу віртуального простору, проникаючи в загальноживану лексику (активно використовується в засобах масової інформації, на телебаченні, радіо та в соціальних мережах) та насичуючи її новими виразами, аналіз інтернет-лексики, що відображає гендерну нерівність, може показати загальне вираження гендерної асиметрії в сучасній китайській мові.

Провівши дослідження сучасного китайського Інтернет сленгу на матеріалах словнику Інтернет-мови Сінхуа (新华网络语言词典) та з сучасних засобів комунікації, поширеного в Китаї, WeChat, ми виявили що зміни в Інтернет-лексиці відбуваються досить різко та швидко. Тим не менш, гендерна асиметрія в досліджуваній Інтернет-лексиці не є яскраво виражена, як виражена в китайській фразеології та прислів'ях.

Згідно результатів дослідження, можемо зазначити, що в інтернет-термінах частіше за все прослідковується одночасне відношення як до жіночої, так і до чоловічої статей, тобто дуальність лексики.

Зазвичай, різниця полягає лише в морфемах, що позначають чоловіка – 男 nán та жінку – 女 nǚ. Як правило, морфеми, що гендерно маркують лексику, стоять в кінці.

Нижче наводимо приклади такої лексики:

凤凰男 Fènghuángnán Хлопець з бідної сім'ї, пробився в люди. (D. Li, 2010)

Часто вислів використовується серед молоді для опису чоловіків, які походять з маленьких містечок або селищ, але після закінчення університету в місті, там і залишилися жити на постійну основу.

Аналогічна минулому вислову фраза, але про жіночу статть:

凤凰女 Fènghuángnǚ Жінка з бідної сім'ї, пробилася в люди. (D. Li, 2010)

Використовується в Інтернет-спілкуванні для опису жінок, які переїхали у велике місто зі свого рідного селища чи містечка. Часто чоловіки та жінки-“фенікси” виростають в бідних сім'ях та працюють важкою фізичною працею. Після переїзду такі люди вважаються повноцінним жителем великого міста.

Обидві сленгові вирази походять від прислів'я: 鸡窝里飞出金凤凰 jī wōli fēichū jīnfènghuáng, що означає буквально “з курятнику вилетіла птаха фенікс”, тобто іншими словами “з грязі в князі”.(D. Li, 2010)

Цікавим є те, що в китайському Інтернет сленгу існують вислови, що мають антономічне значення до наведених нижче фраз. А саме, 孔雀女 kǒngquènnǚ та 孔雀男 kǒngquènnán (M. Coleman et al., 2010).

Значенням 孔雀女 kǒngquènnǚ є “мажорка”, “світська левиця”. Тобто цей вираз характеризує жінку, яка народилася в заможній сім'ї, де її оберігали батьки від негараздів та труднощів.

Протилежний вираз 孔雀男 kǒngquènnán використовується для опису чоловіків-нарцисів або метросексуалів. Часто цей вираз вживається для опису сучасних чоловіків, що ретельно доглядають за своїм зовнішнім виглядом та способом життя, слідкують за трендами та стильно одягаються.

Також в якості близького за значенням слова може використовуватися сленговий вираз 型男 xíngnán (повна форма: 有型男士 yǒuxíng nánshì) «стильний чоловік», «модник», «стиляга». Але зазвичай, так не називають старші покоління, здебільшого, термін відноситься до молоді чоловічої статі, яка захоплюється модою та стилем не

менше за жінок. Крім зовнішнього вигляду вони є впевненими в собі та мають власну точку зору.

Різниця між першим і другим сленговими термінами полягає в тому, що 孔雀男 kǒngquè nán більш егоїстичні та самозакохані чоловіки, в той час як 型男 xíng nán описує чоловіків, які в міру доглядають за собою та є в міру впевненими в собі.

Крім цього, в ході дослідження ми з'ясували, що існують вирази в Інтернет-сленгу, що описують чоловіків та жінок з позитивної точки зору та підіймають їх статус. Наприклад:

牛奮男 niú fèn nán “чоловік-трудоголік”; 牛奮女 niú fèn nǚ “жінка-трудоголік” (M. Coleman et al., 2010)

Ці вирази використовуються для опису чоловіка та жінки, які занадто віддані своїй роботі, зазвичай жертвують іншими речами, навіть здоров'ям. Але важливо зазначити, що часто такі люди не є фінансово стабільні, але тим не менш, залишаються надійними, завдяки своєму пріоритету сім'ї та кар'єрного розвитку.

В китайському суспільстві існує, навіть, окрема фраза про ці дві групи людей:

牛女配牛郎，方可相知相伴、天长地久 Niú nǚ pèi niú láng, fāng kě xiāngzhī xiāngbàn, tiānchángdìjiǔ трудоголікам (M. Coleman et al., 2010) лиш варто познайомитися, та й вони залишатися один з одним навіки. Тобто китайці переконані, що найкращий партнер для жінки-трудоголіка — чоловік з такими ж принципами.

Також можемо додати до прикладу інші вислови для позитивного опису чоловіків та жінок:

暖男 nuǎn nán теплий, турботливий чоловік (M. Coleman et al., 2010).

Використовується для опису людини, яка цінує свій дім, кохає свою дружину, любить свою сім'ю і може дарувати тепло.

美魔女 měi mó nǚ “жінка-відьма” (M. Coleman et al., 2010) використовується в якості компліменту жінкам середнього віку (35+), вказуючи на їх молодий вигляд. Інтригуючий

Інтернет-вираз з кожним днем все більше набирає обертів серед користувачів мережі WeChat, і використовується для опису жінок, які є соціально активними, цікавляться модою і знають про сучасні молодіжні тенденції.

美厨女 měichúnǚ жінка, якій приготування їжі приносить задоволення. Описує жінок, часто середнього віку, які вважають кулінарію ідеальним поєднанням мистецтва та життя. Такі жінки отримують натхнення від приготування їжі. Вони сповнені ентузіазму до життя, крім того приділяють велику увагу здоровому способу життя та не сприймають приготування їжі як необхідність, а як мистецтво. Цей вираз, як і минулий, швидко поширюється серед користувачів WeChat.

За традицією, Інтернет-комунікація китайською мовою також містить й висловлення з негативним емоційним забарвленням. Наприклад:

抹布男 mābùnán “чоловік-ганчірка” – сленговий Інтернет-вислів, що описує чоловіка, який сліпо закохується в людину, проводить з нею весь свій вільний час, а його коло спілкування майже відсутнє.

霸道男 bàdàonán “чоловік-тиран” – цей вираз можна зустріти при описі чоловіка, який керується лише силою та страхом, тим самим намагаючись підпорядкувати жінку собі. На щастя, цей вираз не часто зустрічається в Інтернет спілкуванні, але звичайно, має місце бути та варте нашої уваги. Часом зустрічається в заголовках статей в новинах.

Цікавим виразом в китайській Інтернет-комунікації є 肉女 ròunǚ. Термін використовується в сленгу в двох різних значеннях. Перше з яких є “жінка з фігурою”, тобто жінка яка не має стрункого тіла та грудей, яким більшість чоловіків віддають перевагу. Другим значенням 肉女 ròunǚ є “жінка, що жадібно прагне матеріального статку”. Така жінка любить витратити гроші, розважатися, не має бажання до роботи, часто зневажає інших, зарозуміла і ставить на перше місце гроші та вигоду.

Підбиваючи підсумки, ми можемо зробити висновок, що в китайському Інтернет-сленгу, у порівнянні з загальноприйнятою китайською мовою, прояв гендерної асиметрії не є яскравим та більшість виразів одночасно відносяться і до жіночої статі, і чоловічої, тобто є дуальними.

Морфемі 男 nán і 女 nǚ є словотворчими морфемам, які вказують на статі особи про яку йде мова. За правилом, морфемі вживаються в кінці слова.

Інтернет-сленг, що має гендерну маркованість, підкреслює відмінності чоловічого та жіночого, використовуючи такі характеристики, як соціальний статус, зовнішній вигляд, риси характеру, вік, захоплення.., крім цього, в китайському Інтернет-сленгу простежуються порівняння з явищами чи об'єктами.

## ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 2

У своєму дослідженні ми проаналізували спосіб вираження традиційних уявлень про чоловіче та жіноче, а також те, як розуміння гендерних ролей у суспільстві впливає на китайську Інтернет-комунікацію. У цьому розділі ми виявили за допомогою словотворчих морфем 女 nǚ “жінка” та 男 nán “чоловік” наявність гендерних стереотипів. Вивчаючи питання прояву гендерної асиметрії, ми взяли за основу загальноживані китайські вирази та фразеологізми, а також китайські сленгові фрази, що використовуються в Інтернет-комунікації.

Ми зафіксували, що ієрогліфи 女 nǚ “жінка” та 男 nán “чоловік” ще з часів Стародавнього Китаю були гендерно маркованими. Ієрогліф 女 nǚ “жінка” уособлював ввічливість та покірність чоловікам, в той час як ієрогліф 男 nán "чоловік" містив морфему 力 – lì “сила” що означав чоловічу могутність. З цього можна зробити висновок, що гендерна асиметрія в китайській мові проявляється на рівні ієрогліфічному рівні.

Ієрогліфів, які містили морфему 女 nǚ “жінка”, зазвичай мали негативне забарвлення, наприклад, низький соціальний статус, аморальність вчинків або негативні



риси характеру. Натомість, існували й ієрогліфи з позитивним значенням, яке стосувалося, наприклад, народження сина.

Також було виявлено, що обов'язок вийти заміж та бути гарною дружиною був закладений ще з давнини.

В підтвердження ми навели приклади фразеологізмів у китайській мові вказує на те від жінок очікувалося шанування сім'ї та вірність своєму чоловіку. Традиційно, жінки виступали в ролі дружин та матерів, берегинь добробуту й затишку в дому.

На противагу позитивним описам жінок у відношенні до затишку в домі та сім'ї, вони зображуються негативно в якості окремих осіб, описуючи їх, як нерозумних та неосвічених. В залежності від того, чи жінка має дітей, звертання до неї кардинально відрізнялося.

Чоловічу стать, навпаки, зображено сильними та мужніми, господарями дому й головним в сім'ї.

Закінчивши дослідження гендерних стереотипів на прикладах китайської Інтернет-комунікації, а саме сленгу, ми дійшли висновку, що гендерна асиметрія є менш поширеною в китайських Інтернет-мережах, і більшість слів є дуальними. Морфеми 男 nán “чоловік” і 女 nǚ “жінка” виконують роль показника роду в кінці слова.

Китайський Інтернет-сленг використовує такі характеристики, як соціальний статус, зовнішність, особистість, вік і хобі, щоб підкреслити відмінності між чоловічим та жіночим, також часто використовуються порівняння з явищами чи предметами.

## ВИСНОВКИ

У результаті нашого дослідження було проаналізовано прояви вербалізації гендерних стереотипів в китайській Інтернет-комунікації.

В ході дослідження ми проаналізували витoki гендерних відмінностей, вплив цих відмінностей на формування особистості жінки та чоловіка, її динаміку та потенціал розвитку.

Як відомо, розподіл людей на чоловіків і жінок пов'язаний з фізіологічними особливостями, але в той же час поняття гендер включає в себе соціокультурний аспект, тобто відображає специфічні характеристики чоловіків і специфічні характеристики жінок. Крім цього, постерігається також вплив специфіки національної мовної особливості. З цієї причини, нами було уточнено значення поняття “гендерний стереотип”, вказавши, що це фіксоване уявлення та сприйняття суспільством відмінностей у моделях поведінки і рисах характеру, що відповідають чоловічій та жіночій статі.

В процесі дослідження було виявлено, що гендерні стереотипи можна розділити на три категорії. А саме на стереотипи фемінності (стереотипи, пов'язані з нормативними ідеалізованими образами чоловіків і жінок. Ці стереотипи характеризуються певними особистісними якостями та соціально-психологічними характеристиками, що відображають стать), стереотипи із закріпленням певних соціальних ролей (стереотипи, що пов'язані з ролями чоловічої статі та жіночі в повсякденному житті. Часто такі твердження зустрічаються на тему обов'язків та відповідальностей) та стереотипи, що відображають відмінності статей в заняттях певними видами праці (стереотипи, що пов'язані з професіями. Часто зустрічається думка про те, що існують суто чоловічих професій та суто жіночих).

Ми вияснили, що лінгвісти вважають, що гендерні відмінності існують на всіх рівнях мовної системи. Крім цього, ми зауважили, що для визначення гендерних відмінностей необхідно проводити ретельний аналіз, а в процесі мовлення вони не відчуються.

Зазначимо, що цим дослідженням ми досягли поставленої мети – детально проаналізувати та виявити прояви вербалізації гендерних стереотипів у сучасному китайському Інтернет-сленгу, зокрема їх вираження в ієрогліфічному аспекті. Для цього ми:

- визначили поняття “гендер”, “стереотип”, “гендерний стереотип”, описали становище жінок і чоловіків в Стародавньому та сучасному Китаї;
- проаналізували, який саме вплив мають гендерні стереотипи впливають на китайську мову та сленг, поширений в інтернеті;
- проаналізували словники, популярну, в Китаї, соціальну мережу WeChat, дослідження інших лінгвістів, зокрема синологів, та навели конкретні приклади вербалізації гендерних стереотипів у сучасній китайській мові.

Аналіз особливостей китайських морфем призвело нас до наступних висновків. Більшість кореневих морфем китайської мови функціонують в якості односкладових слів, що ускладнює проведення чіткої межі між кореневою морфемою та словом.

Досліджуючи походження морфем 女 nǚ “жінка” та 男 nán “чоловік”, ми дійшли висновку, що в традиційному китайському суспільстві жінки здавна вклонялися чоловікам та мали безправне становище у традиційному китайському суспільстві, на відміну від чоловіків. Оскільки жінки не сприймалися суспільством, як чоловіки, морфема 女 nǚ вважалася негативним знаком. В роботі ми навели приклади ієрогліфів, які включають морфему 女 nǚ та мають негативне лексичне значення. Це дослідження виявило, що гендерні стереотипи відображаються на різних лінгвістичних рівнях (включаючи фонетичний, лексичний, синтаксичний та розмовний рівні).

Вивчаючи прояви гендерних стереотипів, у цьому дослідженні ми спираємося на поширені вирази та фразеологізми в китайській мові та сучасному Інтернет-сленгу, зокрема, в складі яких присутні морфemi 女 nǚ “жінка” та 男 nán “чоловік”.

Аналіз китайських висловів та фразеологічних зворотів показує нам, що, за традицією, жінки повинні шанувати та бути вірними своїм чоловікам, а обов'язок вийти

заміж і бути хорошою дружиною встановлений з давніх часів. Через призму сім'ї жінка позитивно сприймається як дружина і мати. У фразам, які ми навели у приклад, досить чітко простежуються бажання жінок і чоловіків, які, на перший погляд, мають однаковий зміст, але водночас чітко простежується другорядна роль жінки.

Хоча жінка позитивно оцінюється як матір і дружина, підкреслюється її неосвіченість, жінки зображуються в негативному ключі як особистості. Чоловік традиційно зображується позитивно або нейтрально. Чоловічу стать зображують, як хоробрих та мужніх.

Розглядаючи гендерні стереотипи в Інтернет-комунікації, ми зробили висновок, що в комунікації в китайських мережах прояв гендерної асиметрії простежується набагато менше і більшість слів є нейтральними. Морфема чоловічого роду 男 nán і жіночого роду 女 nǚ зазвичай використовуються в кінці слів.

Дослідження показує, що більшість слів в Інтернет-просторі, які відносяться як до чоловіків, так і до жінок, є дуальними, тобто словами, які відносяться як до чоловіків, так і до жінок. Зазвичай ці слова відрізняються лише кінцевими морфемами 女 nǚ “жінка” та 男 nán “чоловік”.

Китайський сленг, що шириться мережами часто включає в собі такі характеристики, як соціальний статус, зовнішність, особистість, вік і хобі, а також порівнюються з явищами і предметами, щоб підкреслити відмінності між чоловіками і жінками.

Вивчення прояву вербалізації гендерних стереотипів у сучасній китайській мові, зокрема в Інтернет-комунікації, є важливим напрямом розвитку для науковців.

Ми побачили, що в сучасному китайському суспільстві спостерігається тенденція до заміни гендерно маркованих слів і виразів гендерно нейтральними через очевидні зміни в соціальному статусі та ролі жінок у китайському суспільстві.

Вже на сьогоднішній день ми можемо помітити зміни гендерно маркованих слів на гендерно нейтральні, які вживаються без морфем “чоловік” і “жінка” або ж

відносяться до двох статей. Таким чином, можна відзначити, що китайська мова змінюється разом зі змінами в суспільстві.

На завершення маємо зазначити, що неможливо проаналізувати явище гендерної асиметрії в китайській мові в рамках одного дослідження.

## 论文摘要

学年论文主题的相关性是需要识别和研究现代互联网通信中性别不平等和任何形式的歧视的趋势。

本学年论文的目的在于调查中国互联网传播中性别刻板印象的语言化。本学年论文的目的在于调查中国互联网传播中性别刻板印象的语言化。

以理解以下主要任务之间关系的目标的实现为前提：性别和性别概念的形成；中国男人和女人的地位；通过现代互联网传播的棱镜来了解中文。

在研究过程中，我们实现了我们的目标，即确定了现代汉语中性别角色定型的言语化的具体特征：它们在书面上的视觉表达，现代汉语中自由定语对性别角色刻板印象的客观化。为了实现这一目标，我们：

- 定义“性别”、“刻板印象”、“性别刻板印象”的概念；
- 我们分析了性别刻板印象对中国人的影响；
- 描述了中国古代和现代男女的地位；
- 分析了其他语言学家的字典、资料，并提供了现代汉语中性别刻板印象的具体例子。

我们研究的科学新颖性在于，在中国互联网传播领域，性别刻板印象的言语化研究还不够充分。

本研究的现实意义在于，所获得的结论可以直接影响对人类本质的认识，研究资料可用于词汇学、象形文字学和汉语史的研究。

学年论文结构：学年论文由引言、两节、小节和结论、一般结论、所用资源列表组成。全书 31 页。使用的源列表包含 20 个项目。

学年论文的第一章考察了语言学中的性别概念和性别刻板印象。考察了汉语中性别刻板印象的分布，发现汉学中的性别刻板印象概念在国际上属于较新的概念，尚处于形成阶段。此外，确定语言系统的所有级别都带有性别标记。

在我们学年论文的第二章中，我们根据常用的中文表达和短语，以及互联网交流中使用的中文俚语，使用构词词素“女”和“男”发现了性别刻板印象的存在。

关键词：性别，性别刻板印象，互联网传播，俚语。

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Берестовська, Е. (2011). Молодіжний сленг: формування і функціонування. Питання мовознавства №3. С. 32-37
2. Грицай, І. (2006). Сучасні підходи до вивчення неологізмів. Довкілля. Київ. С. 65
3. Карамішева, І. (2014). Термін «прагматика» у сучасній лінгвістиці. С. 128-131
4. Коптілов, В. (2002). Теорія і практика перекладу: навч. посіб. Юніверс. С. 208
5. Корунець, І. (2003). Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) Підручник. «Нова Книга». С. 448
6. Сорокін С. В., Анастасіаді Н. П. (2006). Гендерна маркованість лексичного рівня китайської мови. С. 102-108
7. Bartmiński, J. (Ed.). (2010). Współczesny język. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
8. Bartmiński, J., Panasiuk, J. (2010). Stereotypy językowe. w: J. Bartmiński (Ed.). С. 371-382
9. Bem Sandra L., Męskość. Kobięcość. (2000). O różnicach wynikających z płci, Gdańsk, С. 116-124
10. Bourdieu P. (2004). Męska dominacja, przeł. L. Kopciwicz, Oficyna Naukowa, Warszawa
11. Chan, & Marjorie, K. M. (1998). Gender Differences in the Chinese Language: A Preliminary Report. Proceedings of the Ninth North American Conference on Chinese Linguistics, 4, 35–52
12. D. Li, Tuttle English-Chinese Dictionary. (2010). North Clarendon
13. Dudak, A. (2019). Rynek pracy a stereotypy zawodów „męskich” i „kobięcych”. w: Edukacja – Technika – Informatyka nr 3/29/2019. Rzeszów: Wydawnictwo UR. С. 33-38
14. Fairbank, J. K. (1996). Historia Chin. Nowe spojrzenie. Gdańsk: Wydawnictwo MARABUT
15. Kajdański E. (2005). Chiny leksykon – historia, gospodarka, kultura, Warszawa
16. M. Coleman et al. (2010). Dirty Chinese: Everyday Slang, Berkeley
17. Miluska, J., Boski, P. (2000). Męskość – kobięcość: Zarys i poziomy analizy problematyki. w: J. Miluska, P. Boski (Ed.) С. 12-32



18. Surveying and Being Surveyed: Gender Aspects in John Berger's Ways of Seeing. (2016).  
У On John Berger С. 211–232
19. WeChat - Free messaging and calling app. [Электронный ресурс] : [Веб-сайт]. — Режим  
доступу : <https://www.wechat.com/>
20. 大 辞 海 [Электронный ресурс]: [Веб-сайт]. — Режим доступа :  
<http://www.dacihai.com.cn/>