

Міністерство освіти і науки України
Київський національний лінгвістичний університет
Кафедра англійської філології і філософії мови

Курсова робота
Гендерні стереотипи у мовній свідомості українців і канадців

Маймоти Давіда Акойни
студента групи Па 09-21
факультету германської філології і перекладу
денної форми здобуття освіти
спеціальності 035 Філологія

Науковий керівник
кандидат філологічних наук, доцент,
професор кафедри
Терехова Діана Іванівна

Національна шкала зараховано

Кількість балів 82

Оцінка ЄКТС B

Київ – 2024

Ministry of Education and Science of Ukraine
Kyiv National Linguistic University
Department of English Philology and Philosophy of Language

Course Paper
Gender Stereotypes in the Linguistic Consciousness
of Ukrainians and Canadians

David Maimotha

Group Pa 09-21

The Faculty of Germanic Philology and Translation

Full-Time Study

Speciality 035 Philology

Research Adviser

Assoc. Prof. **Diana Terekhova**

PhD (Linguistics)

Kyiv – 2024

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП..... | 4 |
| 1. РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У МОВНІЙ СВІДОМОСТІ УКРАЇНЦІВ ТА КАНАДЦІВ..... | 6 |
| 1.1 Мовна свідомість у соціокультурному вимірі..... | 6 |
| 1.2 Мовна свідомість і гендер | 7 |
| 1.3 Обрана методика дослідження..... | 9 |
| Висновки до розділу 1..... | 10 |
| 2. РОЗДІЛ 2. ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ: ЗІСТАВНЕ ПСИХОЛІНГВІСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ..... | 12 |
| 2.1 Аналіз гендерних стереотипів у мовній свідомості українців..... | 12 |
| 2.2 Аналіз гендерних стереотипів у мовній свідомості канадців..... | 15 |
| 2.3 Загальне і специфічне в гендерних стереотипах у мовній свідомості українців і канадців..... | 17 |
| Висновки до розділу 2..... | 18 |
| ВИСНОВКИ..... | 20 |
| SUMMARY | 23 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ..... | 25 |
| ДОДАТКИ..... | 27 |

ВСТУП

Гендерні стереотипи представляють собою уявлення про певні ролі, поведінку та характер, які суспільство приписує чоловікам і жінкам. Розуміння гендерних стереотипів є важливим для досягнення гендерної рівності та покращення культурного розуміння між різними соціокультурними групами. Вивчення гендерних стереотипів у мовній свідомості українців та канадців дозволяє порівняти та зрозуміти різноманітність у сприйнятті гендерних ролей та виразів статевої ідентичності.

Актуальність теми роботи зумовлена впливом гендерних стереотипів на рівність гендерів та їх розподіл у суспільстві. Зрозуміння цих стереотипів сприяє створенню більш інклюзивного та рівноправного мовного середовища, а також підвищує гендерну свідомість та освіту про гендерні питання.

Мета цієї роботи полягає у визначенні, дослідженні та порівнянні гендерних стереотипів у мовній свідомості українців та канадців.

Завдання цієї роботи:

- 1) проаналізувати теоретичні засади мовної свідомості в соціокультурному вимірі;
- 2) дібрати теоретичні матеріали для формування теоретико-методологічних засад вивчення гендерних стереотипів;
- 3) провести асоціативне анкетування мовної свідомості українців та канадців;
- 4) проаналізувати та порівняти результати анкетування українців та канадців;
- 5) дослідити характеристику сприйняття гендерних ролей українців та канадців.

Об'єктом дослідження у цій роботі є мовна свідомість українців та канадців.

Предметом дослідження є гендерні стереотипи у мовній свідомості українців та канадців.

Матеріал дослідження – опитування 105-ти респондентів української та 15-ти респондентів канадської спільнот у період лютого-квітня 2024 року, які представили асоціації для слів-стимулів ЧОЛОВІК/ДРУЖИНА та HUSBAND/WIFE.

У роботі використано **загальнонаукові методи дослідження** (аналіз, синтез) та лінгвістичні методи дослідження (асоціативний експеримент, зіставний метод).

Наукова новизна цієї роботи полягає у широкому аналізі гендерних стереотипів та використанні лінгвістики, соціології та культурології у розумінні впливу цих стереотипів на мовленнєву поведінку українців та канадців.

Практична значущість роботи зумовлена тим, що результати дослідження можуть бути використані для розробки рекомендацій щодо уникнення гендерних стереотипів, що несуть негативний вплив, у мовленні. Результати дослідження можуть знайти застосування в будь-якій галузі лінгвістики, яка розглядає взаємодію мови з соціальними, когнітивними та культурними факторами, наприклад, соціолінгвістика та психолінгвістика. Для соціолінгвістики результати роботи допоможуть краще зрозуміти, як гендерні стереотипи впливають на мовну поведінку в різних соціокультурних контекстах, а для психолінгвістики результати асоціативного експерименту можуть розкрити, як гендерні стереотипи впливають на когнітивні процеси, пов'язані з мовою, такі як сприйняття, пам'ять і категоризація.

Структура роботи: вступ, два розділи, висновки, список використаних джерел із 13 найменувань та додатки. Повний обсяг курсової роботи складає 30 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ У МОВНІЙ СВІДОМОСТІ УКРАЇНЦІВ І КАНАДЦІВ

1.1 Мовна свідомість у соціокультурному вимірі

Головним об'єктом дослідження є **мовна свідомість**. Представники когнітивної лінгвістики визначили, що "мовна свідомість – це особливий механізм, який забезпечує злиття, інтеграцію знання мови зі знаннями про світ. Вона формується з двох складових – одиниці знання та одиниці мови" (Гапченко, 2010, с. 32). Тобто, мовна свідомість людини – це те, як людина бачить світ та виражає її через мову.

Мовна свідомість впливає на розуміння та формування мови не тільки одного індивіду, а й широкого кола індивідів, наприклад, народу. Сприйняття та інтерпретація мови визначаються соціальними, історичними та культурними факторами, що складають **соціокультурний вимір**.

Анжеліка Савченко дає пряме визначення поняттю "**соціокультурний вимір**". Вона зазначає, що "соціокультурний вимір включає, рівень розвитку суспільства, його соціальні структури, ідеологічні складові, вірування та погляди, що підтримуються та визнані суспільством" (Теміров, 2019, с. 100).

Тобто, соціокультурний вимір – це складний комплекс, що описує соціальне, історичне та культурне середовище, в якому взаємодіють люди. У цьому вимірі розгортаються такі явища, як культурні цінності, традиції, звичаї, а також стереотипи. Знання про соціокультурний вимір може стати цінним інструментом для дослідження певних явищ у мовній свідомості, оскільки він відображає широке соціальне та культурне оточення.

Зв'язок між мовною свідомістю та соціокультурним контекстом є надзвичайно глибоким та важливим для розуміння сприйняття та використання мови в суспільстві. Соціокультурний контекст визначає не лише лінгвістичні правила і норми, а й цілісне культурне середовище, в якому мова функціонує та розвивається. Мовна свідомість формується та

розвивається впродовж життя людини через сприйняття, вивчення та використання мови в конкретному культурному контексті.

Одним з основних аспектів взаємозв'язку мовної свідомості та соціокультурного виміру є відтворення соціокультурних цінностей та норм у мовній практиці. Кожна культура має свої унікальні способи вираження думок, почуттів та ідей через мову, що відображає її історію, традиції, релігію, соціальні структури та інші аспекти життя. Таке вираження здебільшого засноване на загальноприйнятих уявленнях, стереотипах та соціокультурних очікуваннях.

Аналіз мовленнєвих зразків українців та канадців у контексті соціокультурного виміру дозволить виявити специфічні особливості сприйняття та вираження гендерних стереотипів у цих культурах. Це допоможе краще зрозуміти, як соціокультурні фактори впливають на мовленнєву поведінку та формування мовної свідомості відповідних груп людей.

Таким чином, розуміння взаємозв'язку мовної свідомості та соціокультурного виміру допомагає нам краще зрозуміти мовленнєву поведінку, мовний вибір та сприйняття мови різними соціокультурними групами, що є важливим для вивчення мови та культурології.

1.2 Мовна свідомість і гендер

Більшість людей плутає поняття **ГЕНДЕР** та **СТАТЬ**. **Гендер** – соціально закріплені ролі, поведінка, діяльність і характерні ознаки, які певне суспільство вважає належним для жінок і чоловіків. **Стать** – біологічна характеристика людини. Чоловіча чи жіноча стать передбачає свою будову статевих органів, пропорцій тіла, співвідношення хромосом і гормонів. Стать не змінюється (якщо не зроблена операція).

Гендер стосується соціокультурних чинників і стосунків між чоловіками та жінками. Це те, що формується суспільством. Це охоплює гендерну ідентичність (особисту уяву про статеву належність), гендерні ролі (суспільні очікування щодо поведінки в залежності від статі), а також

поняття гендерної нерівності (нерівність у соціальних, економічних та політичних можливостях через стать чи гендерну ідентичність). Розуміння гендеру допомагає розкрити різноманіття ідентичностей та ролей у суспільстві, а також аналізувати проблеми гендерної нерівності на більш включному рівні.

Гендерні ролі в суспільстві визначають, як очікується, що особа повинна вести себе, враховуючи її стать або гендерну ідентичність. Це включає у себе різні соціальні, культурні та історичні очікування стосовно чоловіків та жінок або інших гендерних груп. Традиційно до чоловіків прикладається більше очікувань у сфері фізичної сили, рішучості та лідерства в сім'ї та суспільстві. Жінкам, з іншого боку, традиційно приписується роль догляду за дітьми, дому та підтримки родини.

Історично від чоловіків та жінок очікували виконання різних соціальних ролей. Завжди існував гендерний розподіл праці, традиційний для патріархального суспільства: жінка – мати-вихователька, домогосподарка, доглядальниця; чоловік – батько-годувальник, захисник, здобувач засобів до існування. Останніми роками, ці "закріплені" гендерні ролі почали ламатися і тепер ми бачимо, як чоловіки можуть посідати ролі домогосподара чи батька-вихователя, а жінки – годувальниці й захисниці. Такі зміни свідчать про переосмислення традиційних гендерних стереотипів і привертають увагу до проблем гендерної нерівності та рівних можливостей для всіх.

Гендерні ролі в суспільстві формуються під впливом різних чинників, таких, як культурні стереотипи, історичні уявлення, релігійні та моральні переконання, економічні умови та соціальні очікування. Інтерпретація та реалізація гендерних ролей можуть значно відрізнятись в різних культурах, часах та спільнотах. Розуміння цих процесів допомагає краще зрозуміти та вирішувати питання гендерної рівності та справедливості.

Українське суспільство традиційно було спрямоване на відділення гендерних ролей у сім'ї та громадському житті. Хоча останнім часом ці ролі стали менш жорсткими, багато українців все ще віддають перевагу

традиційним уявленням про чоловіків і жінок у суспільстві. Проте, зростає свідомість щодо прав жінок, гендерної рівності та рівних можливостей у професійній сфері та суспільному житті.

Сприйняття гендерних ролей у Канаді може бути більш гнучким та різноманітним через сильніше розвинену культуру індивідуалізму та рівність у законах. Канадці, в цілому, більш відкриті до нових ідей та не так сильно дотримуються традиційних ролей у сім'ї та суспільстві. Проте, і тут є різниця у підходах залежно від культурних, релігійних та соціальних контекстів.

В обох країнах спостерігається тенденція до переосмислення традиційних гендерних ролей та привертання уваги до питань гендерної рівності та інклюзії у суспільстві. Ці процеси демонструють еволюцію у розумінні та реалізації гендерних аспектів у різних культурах та сприяють створенню більш відкритого та рівного суспільства для всіх його учасників.

1.3 Обрана методика дослідження

Так як мета цього дослідження полягає у визначенні, дослідженні та порівнянні гендерних стереотипів у мовній свідомості українців та канадців, найбільш раціональний метод дослідження – **асоціативний**. Асоціативний експеримент - це дослідницький метод, спрямований на вивчення асоціаційних зв'язків між поняттями або об'єктами. Основна мета цього експерименту - виявлення та аналіз асоціацій, які формуються у свідомості людини відносно певного поняття чи предмета. Асоціативні експерименти широко використовуються у психології для дослідження когнітивних процесів, таких як сприйняття, увага, пам'ять та асоціації між поняттями. Вони дозволяють отримати важливі дані про те, як люди утворюють зв'язки між інформацією у своїй свідомості.

При виборі цього методу, було враховано кілька важливих аспектів, які підтримують використання асоціативного експерименту. По-перше, цей метод дозволяє глибоко вивчати асоціації між поняттями або образами у свідомості учасників, а не лише їх поверхневі зв'язки. Це дозволяє отримати

більш деталізовану інформацію про сприйняття та розуміння досліджуваних концепцій.

Далі, асоціативний експеримент гарантує об'єктивність результатів. Крім того, важливою перевагою є можливість виявлення нових асоціацій та зв'язків, які можуть бути складні для усвідомленого аналізу, а також зручність у зборі та обробці даних завдяки стандартизації цього методу.

Асоціативний експеримент відповідає меті цього дослідження, що полягає в дослідженні асоціативних зв'язків та сприйняття концепцій, і має ряд переваг, які роблять його оптимальним вибором для цієї роботи.

Також обрано загальнонаукові методи дослідження, як аналіз і синтез. Аналіз і синтез є ключовими методами наукового дослідження. Аналіз дозволяє розкласти об'єкт на складові частини для вивчення їхніх властивостей та взаємозв'язків. Синтез, навпаки, об'єднує ці частини в цілісну систему, створюючи нові знання.

Висновки до розділу 1

Дослідження мовної свідомості в контексті соціокультурного виміру відкриває глибокий зв'язок між мовленнєвими практиками та соціокультурним середовищем. Мовна свідомість людини впливає на сприйняття, вираження та розвиток мови, враховуючи соціокультурні нюанси. Аналіз мовленнєвих зразків у різних культурах дозволяє виявити унікальні особливості сприйняття гендерних стереотипів та мовленнєвої поведінки. Розуміння цього взаємозв'язку є ключовим для кращого розуміння мови, культури та сприйняття мовної ідентичності у сучасному світі.

Гендер описує соціально закріплені ролі, очікування та поведінку для жінок і чоловіків у суспільстві, включаючи гендерну ідентичність та гендерні ролі. Стать, натомість, визначається біологічною природою і не змінюється без операційних втручань. Розуміння гендеру допомагає краще виявляти й аналізувати проблеми гендерної нерівності на рівні суспільства. Гендерні ролі формуються та змінюються під впливом культурних, історичних та соціальних чинників.

Ця робота покладена на асоціативний експеримент для вивчення та порівняння гендерних стереотипів у мовній свідомості українців та канадців. Вибір цього методу обумовлений його спрямованістю на аналіз асоціаційних зв'язків, глибиною дослідження у свідомості учасників, об'єктивністю результатів та зручністю в обробці даних. Такий підхід не лише дозволить отримати детальну інформацію про сприйняття гендерних концепцій, але й гарантує достовірність та об'єктивність результатів, що робить його найбільш оптимальним для поставленої мети дослідження. Обрано загальнонаукові методи дослідження, як аналіз і синтез, де аналіз розкладає об'єкт на складові частини для вивчення їхніх властивостей та взаємозв'язків, а синтез об'єднує ці частини в цілісну систему, створюючи нові знання. Ці методи забезпечують детальне розуміння та інтеграцію елементів об'єкта дослідження.

РОЗДІЛ 2. ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ: ЗІСТАВНЕ ПСИХОЛІНГВІСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1 Аналіз гендерних стереотипів у мовній свідомості українців

Для проведення вільного асоціативного експерименту, обрано слова-стимули ЧОЛОВІК та ДРУЖИНА. Українцям було запропоновано пройти анкетування на платформі Google Forms у період лютого-квітня 2024 року. Респонденти надали перші асоціації, що спали на думку, до слів-стимулів ЧОЛОВІК та ДРУЖИНА. Чинники, які враховані при проведенні анкетування – рідна мова та місце проживання.

За "Словником української мови" розглянуто такі визначення до термінів ЧОЛОВІК (СУМ-11, Том 11, ст. 349) та ДРУЖИНА (СУМ-11, Том 2, ст. 424).

ЧОЛОВІК, а, ч.

1. Особа чоловічої статі; протилежне жінка.
2. Одружена особа стосовно до своєї дружини.
3. Те саме, що людина.

ДРУЖИНА, и, ж.

1. ж. Одружена жінка стосовно до свого чоловіка.
2. ч., заст., поет. Одружений чоловік стосовно до своєї жінки.
3. ж. Група, загін, добровільне об'єднання людей, створене з якою-небудь метою.
4. 4. ж. У стародавній Русі — збройний загін, що становив постійну військову силу князя і брав участь в управлінні князівством.

Слід зазначити, що асоціативне поле має свою структуру, представлену ядром та периферією і "ядром асоціативного поля вважають найбільш частотні реакції, виявлені під час асоціативного експерименту. Такі частотні реакції є ключем до значень слова, що виступають у свідомості цілої соціальної групи" (Золотова, 2005, с. 25). Також треба мати на увазі, якщо "ядро – це найбільш частотні реакції, то периферія складається з менш частотних реакцій, але не менш важливих, оскільки через них відбивається

особливість індивідуального сприймання світу носієм мови" (Петренко, 2005). Заради полегшення зіставлення результатів аналізу, результати надаватимуться у відсотковому співвідношенні.

У результаті асоціативного експерименту серед української спільноти було отримано 104 анкети, 100 реакцій на слово-стимул ЧОЛОВІК та 98 реакцій на слово-стимул ДРУЖИНА.

ЧОЛОВІК (100) - *опора* 19, *коханий* 7, *захист* 6, *одружений* 5, *дружина* 4, *підтримка* 3, *кохання* 3, *надійність* 3, *батько* 2, *відповідальність* 2, *добрий* 2, *робота* 2, *тато* 2, *голова* 2, *зрада* 2, *надійний* 2, *cool теп* 1, *весілля* 1, *відповідальний* 1, *вірний* 1, *гроші* 1, *довіра* 1, *живемо* 1, *заміжній* 1, *захисник* 1, *захищеність* 1, *зрадник* 1, *камінь* 1, *колишній* 1, *ледащо* 1, *любов* 1, *мертвий* 1, *муж* 1, *мужик* 1, *не зайнятий* 1, *неодружений* 1, *непотрібний* 1, *нормально* 1, *обов'язки* 1, *обручка* 1, *партнер* 1, *плече* 1, *полка* 1, *посуд* 1, *родина* 1, *стіна* 1, *урод* 1, *чоловік* 1, *чорний* 1, *все не просто* 1.

В цьому асоціативному полі ядро утворено реакціями з частотністю 5-19 (5%-19%), ближню периферію з частотністю 3-4 (3%-4%) та дальню периферію з частотністю 1-2 (1%-2%).

Структура асоціативного поля слово-стимулу ЧОЛОВІК серед українських респондентів виглядає таким чином:

Ядро: *опора* 19, *коханий* 7, *захист* 6, *одружений* 5 (37%);

Ближня периферія: *дружина* 4, *підтримка* 3, *кохання* 3, *надійність* 3 (13%);

Дальня периферія: *батько* 2, *відповідальність* 2, *добрий* 2, *робота* 2, *тато* 2, *голова* 2, *зрада* 2, *надійний* 2, *cool теп* 1, *весілля* 1, *відповідальний* 1, *вірний* 1, *гроші* 1, *довіра* 1, *живемо* 1, *заміжній* 1, *захисник* 1, *захищеність* 1, *зрадник* 1, *камінь* 1, *колишній* 1, *ледащо* 1, *любов* 1, *мертвий* 1, *муж* 1, *мужик* 1, *не зайнятий* 1, *неодружений* 1, *непотрібний* 1, *нормально* 1, *обов'язки* 1, *обручка* 1, *партнер* 1, *плече* 1, *полка* 1, *посуд* 1, *родина* 1, *стіна* 1, *урод* 1, *чоловік* 1, *чорний* 1, *все не просто* 1 (50%).

Найчастотніша реакція цього асоціативного поля – *опора* (19%).

ДРУЖИНА (98) - *кохана* 13, *чоловік* 7, *жінка* 5, *кохання* 5, *сім'я* 5, *любов* 4, *вірна* 3, *вірність* 3, *друг* 3, *шлюб* 3, *мати* 3, *опора* 3, *ніжність* 2, *партнерка* 2, *підтримка* 2, *турбота* 2, *friend* 1, *армія* 1, *бідна* 1, *весілля* 1, *відповідальність* 1, *дар* 1, *дівчина* 1, *діти* 1, *довіра* 1, *доля* 1, *князь* 1, *козаки* 1, *команда* 1, *комфорт* 1, *люба* 1, *майбутнє* 1, *моє все* 1, *моя* 1, *надійна людина* 1, *обручка* 1, *прекрасна* 1, *РАГС* 1, *рідна* 1, *рушник* 1, *світло* 1, *сильна* 1, *союз* 1, *співпраця* 1, *тепло* 1, *фата* 1, *чистота* 1, *шия* 1, *щаслива* 1.

В цьому асоціативному полі ядро утворено реакціями з частотністю 5-13 (5.1%-13.3%), ближню периферію з частотністю 3-4 (\approx 3.1%-4.1%) та дальню периферію з частотністю 1-2 (\approx 1%-2%).

Структура асоціативного поля слово-стимулу **ДРУЖИНА** серед українських респондентів виглядає таким чином:

Ядро: *кохана* 13, *чоловік* 7, *жінка* 5, *кохання* 5, *сім'я* 5 (35.7%);

Ближня периферія: *любов* 4, *вірна* 3, *вірність* 3, *друг* 3, *шлюб* 3, *мати* 3, *опора* 3 (22.4%);

Дальня периферія: *ніжність* 2, *партнерка* 2, *підтримка* 2, *турбота* 2, *friend* 1, *армія* 1, *бідна* 1, *весілля* 1, *відповідальність* 1, *дар* 1, *дівчина* 1, *діти* 1, *довіра* 1, *доля* 1, *князь* 1, *козаки* 1, *команда* 1, *комфорт* 1, *люба* 1, *майбутнє* 1, *моє все* 1, *моя* 1, *надійна людина* 1, *обручка* 1, *прекрасна* 1, *РАГС* 1, *рідна* 1, *рушник* 1, *світло* 1, *сильна* 1, *союз* 1, *співпраця* 1, *тепло* 1, *фата* 1, *чистота* 1, *шия* 1, *щаслива* 1 (41.8%).

Найчастотніша реакція цього асоціативного поля – *кохана* (13.2%).

Аналізуючи обидва асоціативні полі досліджено те, що більшість реакцій до стимулу **ЧОЛОВІК** корелюються до словникового визначення: одружена особа стосовно до своєї дружини; а до стимулу **ДРУЖИНА**: одружена жінка стосовно до свого чоловіка. Проте простежено реакції, де до стимулу **ДРУЖИНА** корелюється словникового визначення: збройний загін, що становив постійну військову силу князя і брав участь в управлінні князівством. Також, незначна кількість реакцій до стимулу **ЧОЛОВІК**,

схиляється до первинного словникового визначення: Особа чоловічої статі; протилежне жінка.

У мовній свідомості українців, чоловік асоціюється з *опорою, коханою людиною* або *батьком* для дітей. Оскільки українці наразі переживають повномасштабну війну, також прослідковано такі реакції як *захист* або *захисник*. Проте наявні негативні реакції на чоловіків, як *зрадник* або *ледащо*. Можна зробити висновок, що чоловік, для більшості респондентів, це той, хто надає підтримку, захист або допомогу, проте для деяких, це той хто зраджує.

Щодо жінок, у мовній свідомості українців, дружина асоціюється з *коханою жінкою, чоловіком* та *сім'єю*. На відміну від стимулу ЧОЛОВІК, на стимул ДРУЖИНА не зафіксовано негативних реакцій. Проте пара респондентів асоціювала цей стимул до *князя* та *козаків*. Тобто, дружина, для більшості респондентів, це кохана жінка з чоловіком або/та сім'єю.

Проаналізувавши 198 реакцій 104-ох українських респондентів, сконструйовано два асоціативних поля до слів-стимулів ЧОЛОВІК та ДРУЖИНА, виявлено ядро у обох полях та їх ближні та дальні периферії. Найчастотніша реакція до стимулу ЧОЛОВІК – *опора*, а до ДРУЖИНА – *кохана*.

2.2 Аналіз гендерних стереотипів у мовній свідомості канадців

Для проведення вільного асоціативного експерименту, обрано слова-стимули HUSBAND та WIFE. Канадцям було запропоновано пройти анкетування на платформі Google Forms у період лютий-квітень 2024 року. Канадські респонденти надали перші асоціації, що спали на думку, до слів-стимулів HUSBAND та WIFE.

За кембриджським англійським словником (Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus), розглянуто такі визначення до термінів HUSBAND та WIFE.

HUSBAND, noun
the man that you are married to.

WIFE, noun

the woman that you are married to.

У результаті асоціативного експерименту серед канадської спільноти було отримано 15 анкет, 15 реакцій на слово-стимул HUSBAND та 15 реакцій на слово-стимул WIFE. Чинники, що враховані при проведенні анкетування – рідна мова та місце проживання.

HUSBAND (15) - *wife* 6, *father* 1, *head of household* 1, *Jason* , *legality* 1, *man* 1, *provider* 1, *stability* 1, *stubborn* 1, *support* 1.

В цьому асоціативному полі ядро утворено з реакцією частотністю 6 (40%) та периферію, що становлять одиничні реакції(≈6.6%).

Структура асоціативного поля слово-стимулу HUSBAND серед канадських респондентів виглядає таким чином:

ядро: *wife* 6 (40%);

периферія: *father* 1, *head of household* 1, *Jason* , *legality* 1, *man* 1, *provider* 1, *stability* 1, *stubborn* 1, *support* 1. (60%)

Найчастотніша реакція цього асоціативного поля – *wife* (40%).

WIFE (15) - *husband* 6, *love* 3, *partner* 2, *marriage* 1, *ring* 1 , *support* 1, *women* 1.

В цьому асоціативному полі ядро утворено реакцією частотністю 6 (40%), ближню периферію з частотністю 2-3 (≈13.3%-20%) та дальню периферію з частотністю (≈6.6%).

Структура асоціативного поля слово-стимулу WIFE серед канадських респондентів виглядає таким чином:

ядро: *husband* 6 (40%);

ближня периферія: *love* 3, *partner* 2 (≈33.3%);

дальня периферія: *marriage* 1, *ring* 1 , *support* 1, *women* 1 (≈26.6%).

Найчастотніша реакція цього асоціативного поля – *husband* (40%)

Цікаво те, що найчастотніші реакції до обох слів-стимулів - паралельні. У мовній свідомості канадців чоловік найчастіше (*husband*) асоціюється з

дружиною, а дружина (*wife*) – з чоловіком. Також респонденти асоціюють чоловіків з їхньою роллю в сім'ї, такими як *head of household* (голова родини), *provider* (годувальник), *support* (особа, що надає підтримку). Тим часом дружин асоціюють з коханням або шлюбом: *love* (кохання), *partner* (партнер), *marriage* (шлюб), *ring* (обручка).

Отже, проаналізувавши 30 реакцій 15-ти канадських респондентів, сконструйовано два асоціативних поля до слів-стимулів HUSBAND та WIFE, виявлено ядро у обох полях та їх периферію. Найчастотніша реакція до стимулу HUSBAND – *wife*, а до WIFE – *husband*.

2.3 Загальне і специфічне в гендерних стереотипах у мовній свідомості українців і канадців

При побудові та аналізі асоціативних полей ЧОЛОВІК/ДРУЖИНА та HUSBAND/WIFE, було викреслено спільні та відмінні риси.

В усіх полях наявні традиційні уявлення про ролі чоловіка та дружини. Чоловіків часто асоціюють із роллю годувальника та захисника, а жінок – матір'ю та родиною. Ще, до спільних рис, можна віднести лексеми чоловік, *husband* та *wife*, так як вони складають ядро у своїх асоціативних полях. Також, у асоціативних полях ДРУЖИНА, HUSBAND та WIFE переважно свідкуються позитивні асоціації.

Обидві культури традиційно приділяють значну увагу ролям чоловіків як годувальників і захисників сім'ї, тоді як жінки частіше асоціюються з обов'язками догляду за дітьми та домашнім господарством. Крім того, у обох країнах є схильність до поваги сімейних цінностей, що впливає на уявлення про статеві ролі. Однак специфічні особливості проявляються у ставленні до гендерної рівності, де Канада, завдяки більш прогресивній соціальній політиці, демонструє більшу гнучкість та толерантність, у той час як Україна може залишатися більш консервативною у цих аспектах.

Відсутність негативних реакцій на слова-стимули ДРУЖИНА та WIFE може бути пояснена кількома чинниками. По-перше, у багатьох культурах, зокрема українській та канадській, дружини традиційно асоціюються з

позитивними якостями, такими як підтримка, турбота та любов. По-друге, стереотипи, що пов'язують жінок з родинними ролями, можуть бути більш схильними до позитивного сприйняття, оскільки вони відповідають ідеалізованим уявленням про жіночність. По-третє, особистий досвід респондентів може бути більш позитивним щодо жінок, що впливає на відсутність негативних реакцій.

Канадське суспільство відоме своєю толерантністю та рівністю, тому канадські чоловіки в ролі партнера, можуть асоціюватися з позитивними якостями, аніж негативними. Крім того, канадська культура підкреслює важливість партнерських відносин та рівноправності у шлюбі що також може впливати на відсутність негативних реакцій.

Українці більш схильні надати емоційну реакцію на слова-стимули. Це може бути зумовлено різними факторами, такими як особистий досвід, виховання, соціокультурний контекст та мовна культура. Саме тому, у полі ЧОЛОВІК спостерігаються негативні реакції. Негативні реакції респондентів до чоловіків можуть бути зумовлені соціальними стереотипами та високими очікуваннями, що покладаються на чоловіків у суспільстві. Особистий досвід негативних взаємодій з чоловіками також може формувати такі реакції.. Додатково, медіа та популярна культура можуть сприяти формуванню негативних стереотипів, зображуючи чоловіків у негативному світлі. Загалом, хоча в обох країнах зберігаються традиційні гендерні стереотипи, у Канаді спостерігається більша схильність до гендерної рівності та гнучкості у розумінні гендерних ролей, що відображає вплив багатокультурного середовища та прогресивної соціальної політики.

Висновки до розділу 2

Отже, під час проведення вільного асоціативного експерименту протягом періоду лютий-квітень 2024 року на платформі Google Forms було опитано 104 українців та 15 канадців та отримано 198 реакцій українських респондентів та 30 реакцій канадських респондентів. Було сконструйовано та проаналізовано асоціативні поля стимулів ЧОЛОВІК/ДРУЖИНА та

HUSBAND/WIFE. Визначено ядро та периферії асоціативних полів та частотність реакцій.

Зіставлено усі асоціативні полі задля визначання спільного та відмінного в особливостях мовної свідомості українців та канадців. У гендерних стереотипах українців та канадців спостерігаються загальні риси, такі як приділення особливої уваги сімейним цінностям та традиційним ролям чоловіків і жінок. Проте вони також виявляють специфічні особливості, зокрема, в ставленні до гендерної рівності, де Канада проявляє більшу гнучкість та прогресивність порівняно з Україною.

Негативні реакції респондентів до чоловіків можуть бути зумовлені соціальними стереотипами та високими очікуваннями, що покладаються на чоловіків у суспільстві. Канадці можуть надавати позитивні реакції через більш розвинену гендерну свідомість, активну роль гендерних рівностей у суспільному діалозі, та вплив прогресивної політики, спрямованої на створення рівних умов для всіх гендерних груп.

ВИСНОВКИ

Ця робота спрямована на визначення, дослідження та порівняння гендерних стереотипів у мовній свідомості українців та канадців. Дослідження мовної свідомості в контексті соціокультурного виміру показує глибокий зв'язок між мовленнєвими практиками та соціокультурним середовищем, впливаючи на сприйняття та розвиток мови. Гендер описує соціально закріплені ролі та очікування для жінок і чоловіків, тоді як стать визначається біологічними характеристиками. Розуміння гендеру дозволяє аналізувати проблеми гендерної нерівності, які формуються під впливом культурних, історичних та соціальних чинників

Для проведення дослідження гендерних стереотипів канадців та українців, було обрано методичку. Асоціативний експеримент, обраний для цього дослідження, спрямований на аналіз асоціативних зв'язків, забезпечуючи об'єктивність і зручність в обробці даних, що робить його оптимальним для вивчення гендерних стереотипів у мовній свідомості українців та канадців. Загальнонаукові методи аналізу та синтезу дозволяють детально вивчити та інтегрувати елементи досліджуваних об'єктів, створюючи нові знання.

Було проведено онлайн-анкетування через платформу Google Forms. В анкетуванні було опитано 104 українських та 15 канадських респондентів, та, відповідно, отримано 198 та 30 реакцій. Після проведення анкетування, було сформовано асоціативні поля до слів-стимулів ЧОЛОВІК, ДРУЖИНА, HUSBAND та WIFE.

Аналізуючи 198 реакцій від 104 українських респондентів, було створено два асоціативні поля для слів-стимулів ЧОЛОВІК і ДРУЖИНА, визначено їхні ядра та близькі і дальні периферії. Найчастотніша реакція на стимул ЧОЛОВІК була *опора* (19%), а на стимул ДРУЖИНА – *кохана* (13.2%). У мовній свідомості українців, чоловік асоціюється з *опорою*, *коханою людиною* та *батьком* для дітей. В умовах повномасштабної війни

також помітні асоціації з *захисником* або *захистом*. Щодо жінок, дружина у свідомості українців асоціюється з коханою *жінкою*, *чоловіком* та *сім'єю*. Щодо канадців, проаналізувавши 30 реакцій від 15-ти канадських респондентів, було створено два асоціативних поля для слів-стимулів HUSBAND та WIFE, визначено їх ядра та периферії. Найчастотніша реакція на стимул HUSBAND була *wife* (40%), а на стимул WIFE - *husband* (40%).

Аналіз усіх асоціативних полів дозволив визначити спільні та відмінні риси мовної свідомості українців та канадців. В гендерних стереотипах обох культур виявляється загальна увага до сімейних цінностей та традиційних гендерних ролей. Однак, вони також демонструють унікальні відмінності, зокрема у ставленні до гендерної рівності. Канада, порівняно з Україною, демонструє більшу гнучкість та прогресивність у цьому питанні.

Негативні реакції українців щодо чоловіків можуть бути спричинені соціальними стереотипами та високими очікуваннями від чоловіків у суспільстві. Натомість, канадці часто надають позитивні реакції завдяки більш розвиненій гендерній свідомості, активній ролі гендерної рівності в суспільному діалозі та впливу прогресивної політики, яка спрямована на забезпечення рівних умов для всіх гендерних груп. Ці відмінності відображають різні культурні контексти та соціальні норми, що впливають на сприйняття гендерних ролей у різних країнах.

Це дослідження виявило спільні та відмінні риси у мовній свідомості українців і канадців щодо гендерних стереотипів. Обидві культури приділяють увагу сімейним цінностям та традиційним гендерним ролям. Україна проявляє більш традиційний підхід, тоді як Канада має більш прогресивну та гнучку позицію. Результати також вказують на вплив соціальних стереотипів, культурних контекстів та політичних чинників на сприйняття гендерних ролей у різних країнах.

У цій роботі було досягнуто поставленої мети та виконано завдання. Застосовані методи дослідження та теоретичні засади забезпечили отримання об'єктивних та цікавих результатів. Зважаючи на отримані результати та їх

значущість, можливо варто розглянути можливість подальших досліджень, щоб глибше розібратися у динаміці гендерних стереотипів у відповідних культурних контекстах. Також, важливо врахувати потенційні обмеження методології та можливості їх виправлення у майбутніх дослідженнях.

SUMMARY

The topicality of the research is determined by the impact of gender stereotypes on gender equality and gender distribution in society. Understanding these stereotypes helps to create a more more inclusive and equal language environment, as well as raises gender awareness and education about gender issues.

The aim of the research is to identify, study and compare gender stereotypes in the linguistic consciousness of Ukrainians and Canadians.

The main objectives are as such:

- 1) to analyse the theoretical foundations of language consciousness in the socio-cultural dimension;
- 2) to select theoretical materials for the formation of the theoretical and methodological foundations for the study of gender stereotypes;
- 3) to conduct an associative survey of the language consciousness of Ukrainians and Canadians
- 4) to analyse and compare the results of the survey of Ukrainians and Canadians;
- 5) to study the characteristics of the perception of gender roles of Ukrainians and Canadians.

The object of the research is the language consciousness of Ukrainians and Canadians.

The subject of the research are gender stereotypes in the language consciousness of Ukrainians and Canadians.

The material for the study is a survey of 105 respondents of the Ukrainian and 15 respondents of the Canadian communities in February-April 2024, who presented an associative series for the stimuli ЧОЛОВІК/ДРУЖИНА and HUSBAND/WIFE.

The methods used in the research are scientific research methods (analysis, synthesis) and linguistic research methods (associative experiment, comparative method).

The scientific novelty of the research lies in the broad analysis of gender stereotypes and the use of linguistics, sociology and cultural studies in understanding the impact of these stereotypes on the speech behaviour of Ukrainians and Canadians.

The practical value of the work is that the results of the study can be used to develop recommendations for avoiding gender stereotypes that have a negative impact in speech. The results of the study can be applied in any field of linguistics that considers the interaction of language with social, cognitive and cultural factors.

The structure of the paper: an introduction, two chapters, conclusion, bibliography and an appendix. The total volume of the term paper is 25 pages, including 18 pages of the main text.

Keywords: husband, wife, man, woman, gender, stereotypes, role, linguistic consciousness, word-stimulus, reaction, core.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гапченко О. (2011) *Мовна свідомість людини як об'єкт лінгвістичних досліджень*. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика. 22, 31–34.
2. Гнатюк Л. П. (2005) *Мовна свідомість у сучасній лінгвістичній парадигмі*. Українське мовознавство (34), 3-8.
3. Теміров Б. (2019) *Використання поняття "соціокультурний простір" у публічному полі*. Донецький національний університет імені Василя Стуса, 100-101.
4. Кочерган, М. П. (2000). Вступ до мовознавства. Київ: Академія.
5. Центральне міжрегіональне управління Міністерства юстиції. (2023) *Що таке гендерні стереотипи та як із ними боротися?* Київ.
6. Шакур Н. (2012) *Соціокультурні виміри людської екзистенції в контексті вітчизняної філософії*. Чернігівська політехніка.
7. Денисевич О. (2016) *Психолінгвістика*. Житомирський державний університет імені Івана Франка.
8. Поліщук О. (2024) *Аналіз і синтез*. Філософський енциклопедичний словник. Київ: Абрис.
9. Cambridge University Press & Assessment. Husband. In Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/husband>. Дата звернення 01.05.2024.
10. Cambridge University Press & Assessment. Wife. In Cambridge Dictionary URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/wife>. Дата звернення 01.05.2024.
11. Словник української мови: в 11 томах. Том 11 (1980) с. 349 URL: <https://sum.in.ua/s/cholovik>. Дата звернення 28.04.2024.
12. Словник української мови: в 11 томах. Том 2 (1971) с. 424 URL: <https://sum.in.ua/s/druzhyzna>. Дата звернення 29.04.2024.

13. Хорольська Т. (2010) *Соціокультурний контекст ціннісного світовідношення особистості. Ціннісне світовідношення особистості.* Криворізький державний педагогічний університет.

ДОДАТКИ

Додаток А

Щоденник експериментатора

| № п/п | Перелік відомостей | Відомості експериментатора | Примітки |
|-------|--|---|----------|
| 1. | ПІБ експериментатора, посада, місце роботи | кандидат філологічних наук, професор кафедри Терехова Діана Іванівна; студент факультету германської філології та перекладу Маймота Давід Акойна | виконано |
| 2. | Місце проведення (країна, місто) | Україна: Київ, Рівне, Луцьк, Чернігів, Тальне, Черкаси, Нові Обиходи, Долина, Переяслав, Веселе, Умань, Підгірці, Одеса, Гущинці; Нідерланди; Німеччина | виконано |
| 3. | Дата проведення | лютий 2024 р. – квітень 2024 р. | виконано |
| 4. | Форма проведення (письмова, інтернет-анкета) | Інтернет-анкета | виконано |
| 5. | Кількість респондентів (чоловіків, жінок) | 104 респонденти (30 чоловіків, 74 жінок) | виконано |
| 6. | Мова анкетування | українська мова | виконано |

Щоденник експериментатора

| № п/п | Перелік відомостей | Відомості експериментатора | Примітки |
|-------|--|--|----------|
| 1. | ПІБ експериментатора, посада, місце роботи | кандидат філологічних наук, професор кафедри Терехова Діана Іванівна; студент факультету германської філології та перекладу Маймота Давід Акойна | виконано |
| 2. | Місце проведення (країна, місто) | Canada: Thornhill, Ottawa, Regina, Montreal, Edmonton, Leduc, Saint John; United States: Chicago, Peoria | виконано |
| 3. | Дата проведення | лютий 2024 р. – квітень 2024 р. | виконано |
| 4. | Форма проведення (письмова, інтернет-анкета) | інтернет-анкета | виконано |
| 5. | Кількість респондентів (чоловіків, жінок) | 15 респондентів (5 чоловіків, 10 жінок) | виконано |
| 6. | Мова анкетування | англійська мова | виконано |

Приклад анкети для проведення вільного асоціативного експерименту

Questionary C

Please indicate your gender:

man

woman

Please indicate your place of residence (country, city):

Your answer _____

Please indicate your mother tongue:

Your answer _____

Please indicate your age:

under 18

18-25

26-30

31-35

36-40

41-45

46-54

55+

Please write the first word that came to your mind in connection with what you read.
Please do not think about the answer. Thank you for participating in the survey.

SEA

Your answer _____

Please write the first word that came to your mind in connection with what you read.

UKRAINIAN

Your answer _____

Додаток Б

Таблиці асоціативних полів досліджуваних стимулів

| | |
|---|---|
| <p>ЧОЛОВІК (100) - <i>опора 19, коханий 7, захист 6, одружений 5, дружина 4, підтримка 3, кохання 3, надійність 3, батько 2, відповідальність 2, добрий 2, робота 2, тато 2, голова 2, зрада 2, надійний 2, cool men 1, весілля 1,</i></p> | <p>HUSBAND (15) - <i>wife 6, father 1, head of household 1, Jason , legality 1, man 1, provider 1, stability 1, stubborn 1, support 1.</i></p> |
|---|---|

відповідальний 1, вірний 1, гроші 1, довіра 1, живемо 1, заміжній 1, захисник 1, захищеність 1, зрадник 1, камінь 1, колишній 1, ледащо 1, любов 1, мертвий 1, муж 1, мужик 1, не зайнятий 1, неодружений 1, непотрібний 1, нормально 1, обов'язки 1, обручка 1, партнер 1, плече 1, полка 1, посуд 1, родина 1, стіна 1, урод 1, чоловік 1, чорний 1, все не просто 1.

ДРУЖИНА (98) - *кохана 13, чоловік 7, жінка 5, кохання 5, сім'я 5, любов 4, вірна 3, вірність 3, друг 3, шлюб 3, мати 3, опора 3, ніжність 2, партнерка 2, підтримка 2, турбота 2, friend 1, армія 1, бідна 1, весілля 1, відповідальність 1, дар 1, дівчина 1, діти 1, довіра 1, доля 1, князь 1, козаки 1, команда 1, комфорт 1, люба 1, майбутнє 1, моє все 1, моя 1, надійна людина 1, обручка 1, прекрасна 1, РАГС 1, рідна 1, рушник 1, світло 1, сильна 1, союз 1, співпраця 1, тепло 1, фата 1, чистота 1, шия 1, щаслива 1.*

WIFE (15) - *husband 6, love 3, partner 2, marriage 1, ring 1, support 1, women 1.*